

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛІСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ, ОПОДАТКУВАННЯ ТА АУДИТУ**

Кваліфікаційна робота
на правах рукопису

ДОВБИШ СВІТЛАНА ВАЛЕРІЇВНА

УДК: 657.1.351

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ТА ОПОДАТКУВАННЯ РОЗРАХУНКІВ З
ПОКУПЦЯМИ ПІДПРИЄМСТВА**

Спеціальність 071 – облік і оподаткування

Подається на здобуття освітнього ступеня магістра

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело
_____ С.В. Довбиш

Науковий керівник
Мороз Юлія Юзефівна,
доктор економічних наук, професор

Житомир – 2021

Робота виконана на кафедрі бухгалтерського обліку, оподаткування та аудиту
Поліського національного університету

Рецензент: _____
(місце роботи, посада, підпис і прізвище та ініціали)

Висновок комісії за результатами попереднього захисту:

Голова комісії _____
(підпис) _____
(прізвище та ініціали)

Висновок кафедри бухгалтерського обліку, оподаткування та аудиту за
результатами попереднього захисту:

Протокол засідання кафедри бухгалтерського обліку, оподаткування та
аудиту № __ від _____ року.

Завідувач кафедри бухгалтерського обліку, оподаткування та аудиту
д.е.н., проф. Мороз Ю.Ю.

«__» _____ р.

_____ (підпис)

Результати захисту кваліфікаційної роботи

Студент(ка) _____ захистив(ла) кваліфікаційну
(прізвище та ініціали)

робота з оцінкою за шкалою ECTS _____, сума балів _____ за національною
шкалою з оцінкою _____

Секретар ЕК _____
(підпис)

_____ (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Довбиш С.В. Організація обліку та оподаткування розрахунків з покупцями підприємства. – Рукопис.

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра за спеціальністю 071 – облік і оподаткування. – Поліський національний університет Міністерства освіти і науки України, Житомир, 2021.

Кваліфікаційну роботу присвячено обґрунтуванню теоретичних та практичних рекомендацій з організації обліку та оподаткування розрахунків з покупцями підприємства.

Об'єктом дослідження є розрахунки з покупцями, що відображаються в бухгалтерському обліку. Предметом дослідження виступає сукупність теоретичних, організаційно-методичних та практичних положень бухгалтерського обліку та оподаткування розрахунків з покупцями підприємства.

Обґрунтовано систему покупців в бізнесі та завдання обліку у відносин з постачальниками. Розглянуто економічний механізм відносин з покупцями в господарській діяльності і оподаткування підприємств підприємства. Досліджено систему організації обліку розрахунків з покупцями підприємства. Запропоновано до рахунку 36 "Розрахунки з покупцями та замовниками" нові субрахунки. Узагальнено відображення дебіторської заборгованості у фінансовій звітності.

Виокремлено особливості оподаткування розрахунків з покупцями підприємства. Удосконалено облікове забезпечення розрахунків з покупцями підприємства. Запропоновано до субрахунку 641 «Розрахунки з податками» аналітичний рахунок 6411 «Розрахунки за податком на додану вартість». Узагальнено основні напрями удосконалення системи оподаткування розрахунків з покупцями підприємства.

Ключові слова: організація обліку, рахунки бухгалтерського обліку, оподаткування, розрахунки з покупцями, дебіторська заборгованість, резерву сумнівних боргів

ABSTRACT

Dovbish S.V. Organization of accounting and taxation of settlements with buyers of the enterprise. - Manuscript.

Qualification work for a master's degree in specialty 071 - accounting and taxation. - Polissya National University of the Ministry of Education and Science of Ukraine, Zhytomyr, 2021.

Qualification work is devoted to the substantiation of theoretical and practical recommendations for the organization of accounting and taxation of payments to customers of the enterprise.

The object of the study is the settlements with customers, which are reflected in the accounting. The subject of the study is a set of theoretical, organizational, methodological and practical provisions of accounting and taxation of payments to customers of the enterprise.

The system of buyers in business and the task of accounting in relations with suppliers are substantiated. The economic mechanism of relations with buyers in economic activity and taxation of the enterprises of the enterprise is considered. The system of the organization of the account of calculations with buyers of the enterprise is investigated. New subaccounts are offered to account 36 "Settlements with buyers and customers". The reflection of receivables in the financial statements is generalized.

Peculiarities of taxation of settlements with buyers of the enterprise are singled out. Improved accounting support for payments to customers of the enterprise. Analytical account 6411 "Value Added Tax Calculations" is proposed to sub-account 641 "Tax settlements". The main directions of improvement of the system of taxation of settlements with buyers of the enterprise are generalized.

Keywords: organization of accounting, accounting accounts, taxation, settlements with customers, receivables, provision for doubtful debts

ЗМІСТ

Вступ.....	6
Розділ 1. Теоретико-методичні основи формування розрахунків з покупцями підприємства.....	8
1.1. Система покупців в бізнесі та завдання обліку у відносин з постачальниками	8
1.2. Економічний механізм відносин з покупцями в господарській діяльності і оподаткування підприємств підприємства.....	16
Висновки до розділу 1.....	21
Розділ 2. Діагностика сучасного стану облікового забезпечення розрахунків з покупцями підприємства та їх оподаткування.....	22
2.1. Система організації обліку розрахунків з покупцями підприємства.....	22
2.2. Оподаткування розрахунків з покупцями підприємства.....	27
Висновки до розділу 2.....	30
Розділ 3. Розробка облікового процесу та системи оподаткування розрахунків з покупцями підприємства	32
3.1. Механізм удосконалення облікового забезпечення розрахунків з покупцями підприємства.....	32
3.2. Основні напрями удосконалення системи оподаткування розрахунків з покупцями підприємства.....	35
Висновки до розділу 3.....	40
Висновки.....	41
Список використаних джерел.....	43
Додатки.....	48

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Виникнення розрахунків з покупцями та їх перетворення пов'язані з розвитком виробництва і реалізацією. Забезпечити безперервність руху капіталу на всіх трьох етапах його трансформації - готівка у продуктивну, продуктивну в товар, товар у гроші - можливо завдяки продажу, що відбувається за відповідної платіжної системи. Насправді він повинен збалансувати потоки товарів і грошей і забезпечити стабільність боргу між контрагентами економічної операції.

Правильність організації та ведення бухгалтерського обліку, первинних документів при розрахункових операціях та відображення в обліку системи відносин з покупцями є умовою успішного функціонування підприємства. Прийнято прирівнювати розрахунки з покупцями із погашенням боргу, що тим самим прирівнює розрахунки з оплатою, звужує облікове відображення розрахунків з покупцями при нарахуванні та погашенні дебіторської заборгованості та призводить до викривлення бухгалтерської інформації про стан розрахунків з покупцями.

Питання про те, як відображати на рахунках бухгалтерських операцій за розрахунками з покупцями та замовниками, розглядали І.О. Власова [5] (виокремила складові розрахунків з покупцями та замовниками), О.М. Кіяшко [8] (запропонувала до рахунку 36 "Розрахунки з покупцями та замовниками" нові субрахунки), Н. В. Остапенко [24] (вдосконалила методи управління зобов'язаннями, що виникають за розрахунками з покупцями), О. В. Фоміна [40] (обґрунтувала систему збалансованих показників в управлінні продажем продукції). Не применшуючи результатів досліджень для розвитку науки та практики, слід зазначити, що необхідно з'ясувати економічну суть процесу купівлі з урахуванням особливостей бухгалтерських операцій із покупцями з метою збільшення надійності даних бухгалтерського обліку для цілей управління.

Мета кваліфікаційної роботи полягає в обґрунтуванні теоретичних та організаційно-методичних положень, а також розробці практичних рекомендацій з організації обліку та оподаткування розрахунків з покупцями підприємства.

Завдання кваліфікаційної роботи:

- обґрунтувати систему покупців в бізнесі та завдання обліку у відносин з постачальниками;
- розглянути економічний механізм відносин з покупцями в господарській діяльності і оподаткування підприємств підприємства;
- дослідити систему організації обліку розрахунків з покупцями підприємства;
- виокремити особливості оподаткування розрахунків з покупцями підприємства;
- удосконалити облікове забезпечення розрахунків з покупцями підприємства;
- узагальнити основні напрями удосконалення системи оподаткування розрахунків з покупцями підприємства.

Об'єктом дослідження є розрахунки з покупцями, що відображаються в системі бухгалтерському обліку. **Предметом дослідження** виступає сукупність теоретичних, організаційно-методичних та практичних положень бухгалтерського обліку та оподаткування розрахунків з покупцями підприємства.

Методологічною основою дослідження виступають загальнонаукові та спеціальні методи пізнання явищ та процесів у системі економічних наук. Обґрунтування основ обліку розрахунків з покупцями здійснювалося із використанням таких методів як пізнання, індукції, дедукції, групування, аналогії, абстрагування, статистичне спостереження, аналізу, синтезу, моделювання.

Основними джерелами інформації є літературні наукові і методично-практичні джерела, нормативно-правові документи, що регулюють ведення бухгалтерського обліку та оподаткування, фахові Інтернет-ресурси, дані фінансової, статистичної, податкової і управлінської звітності підприємств.

Практичне значення дослідження. Результати дослідження можуть бути використані при організації обліку і оподаткування розрахунків з покупцями підприємства.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ РОЗРАХУНКІВ З ПОКУПЦЯМИ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Система покупців в бізнесі та завдання обліку у відносин з постачальниками

Господарська діяльність підприємства базується на найбільш раціональному використанні людських, матеріальних та грошових ресурсів. Головна задача кожного підприємства в першу чергу – це випуск високоякісної конкурентноспроможної продукції та реалізація продукції, товарів високої якості.

Сучасний стан економіки України характеризується низьким рівнем платоспроможності підприємств, невиконанням ними основних положень фінансової та розрахункової дисципліни. Важливим на сучасному етапі стає використання всіх механізмів фінансового забезпечення виробничої постачальницької та збутової діяльності.

Процеси розвитку великого і середнього бізнесу, зростання конкуренції серед виробників сприяли виокремлення особливостей споживчих переваг. Перш за все, значну увагу вивченню поведінки споживачів приділяли американські маркетингологи Джеймс Енджел, Роджер Блекуелл, Пол Мініард [34].

Сьогодні в суспільстві основна роль відведена підвищенню добробуту широких верств населення. Споживчий ринок являє собою складно структуровану систему економічних, психологічних, технологічних відносин між виробниками і споживачами, продавцями і покупцями, що виникають в процесі обміну товарами з метою особистого споживання. Значні учасники відповідного ринку виступають зазвичай в основних чотирьох соціальних ролях: виробників, продавців, покупців і споживачів. Крім цих чотирьох ролей, на сучасному високорозвиненому споживчому ринку діє багато різних маклерів, які сприяють просуванню товарів до покупців.

Покупці - це фізичні або юридичні особи, які зустрічають продавця на ринку, формуючи попит та пропозицію, забезпечуючи взаємну конкурентоспроможність, і як результат, отримуючи продукцію, товари, за які була здійснена оплата, що дозволяє визначити суть розрахунків з покупцями як предмет бухгалтерського обліку [43].

До покупців підприємства відносяться оптові підприємства, кредитно-фінансові установи, біржі, страхові компанії, транспортні комунікації, збутові організації. Покупці використовують в більшій чи меншій мірі інформаційний пошук, порівняння цін та альтернативних товарів, пошук магазину або акції, рекомендації та досвід експертів. Ці дослідження допомогли виявити та сформулювати основні моделі поведінки клієнтів, які називають архетипами [34].

Один і той споживач (покупець) може вести себе по-різному в різних категоріях товарів, і відповідно буде відноситися до різних архетипів в залежності від категорії до якої відносить дана покупка. Тому, у зв'язку з цим виділимо залежність між архетипами покупців і категоріями товарів. На рис. 1.1 наведено типи покупців та їх характеристика (табл. 1.1).

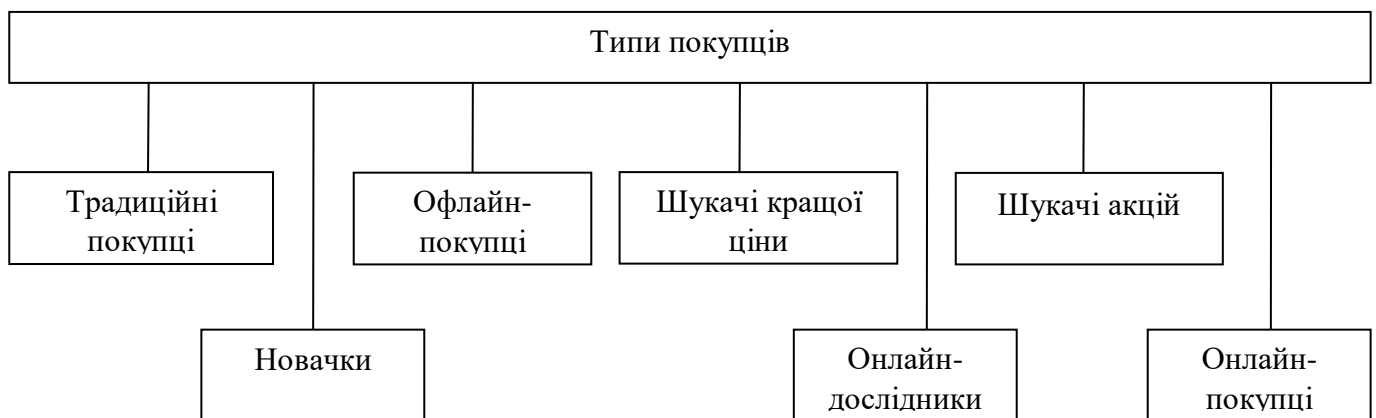


Рис. 1.1. Типи покупців в залежності від категорії, в якій здійснює покупку

Таблиця 1.1

Характеристика типів покупців залежно від архетипів покупців і категорій товарів [34]

Типи 1	Характеристика 2	Дії 3
Традиційні покупці	Група споживачів, для яких ключовим пунктом вибору є фізичні характеристики - отримання товарів на руки, випробувати його, поради консультантів. Якщо традиційні покупці звертаються до Інтернету, щоб здійснити покупки вони все одно відвідують магазин, особливо якщо мова йде про такі товари як косметика та засоби гігієни, продукти харчування, фармацевтичні товари, канцтовари, спортивні товари.	Використовують компетентних консультантів у магазинах. Зазвичай рішення про покупку приймається просто і включає наступну кількість кроків: відвідання магазину, вибір покупки на місця, необхідність - спілкування з продавцем-консультантом.

Продовження табл. 1.1

1	2	3
Новачки	Ті які тільки починають випробовувати онлайн-шопінг. Зазвичай перші онлайн-покупки відбуваються в базових категоріях з невеликим ризиком, можливістю оплати готівкою і повернення – книги, одяг і взуття, квитки, відпочинок і подорожі.	Беруть до уваги поради друзів і знайомих. Шлях до прийняття рішення про покупку досить простий і включає всього кілька кроків: порада знайомого або колеги, онлайн-пошук інформації про товар, покупка.
Офлайн-покупці	Ця категорія покупців теж воліє відвідувати магазин фізично, але значно більше часу витрачає на попередній підбір товару за допомогою Інтернету.	Довго порівнюють кілька різних моделей, читають відгуки користувачів і інформацію на сайті виробника, питають думки на форумах або консультуватися з товаришами. Тому прийняття рішення про покупку у цій категорії займає трохи більше часу. На дану групу впливають через Ітернет (розміщення докладної інформації про товар), так і через офлайн (різні матеріали у точках продажів). Найчастіше саме так купуються одяг, взуття, журнали і книги, всілякі квитки.
Шукачі кращої ціни	Представники цієї категорії вже знають, що саме їм потрібно, аж до моделі і конкретного кольору. Найчастіше «шукачі кращої ціни» трапляються серед тих, хто зважився на покупку нерухомості, косметичних і гігієнічних товарів, алкоголю та спортивного приладдя	Їхня мета – знайти кращу ціну, для цього вони шукають інформацію як онлайн, так і офлайн. Їх цікавлять знижки, бонуси, акції, спеціальні пропозиції. Оскільки вибір вже був зроблений, підштовхнути їх до зміни рішення на користь іншої моделі непросто, але можливо. Цікава і вигідна акція може змінити рішення покупця, направивши його в сторону придбання альтернативного товару.
Онлайн-дослідники	Покупці, які шукають товар з високим ступенем ризику в разі неправильного вибору. Найбільш характерні категорії для такої поведінки: автомобілі і запчастини, товари для будинку, нерухомість, товари для спорту, мобільні телефони, товари для догляду за немовлятами, меблі та декор для дому.	Здійснюють пошук конкретної моделі і порівнюють онлайн, а потім роблять покупку в офлайн-магазині. Процес прийняття рішення про покупку в даному випадку тривалий і включає багато кроків. Для того щоб вплинути на такого покупця, потрібно надати йому переконливу інформацію про переваги бренду через брендovanі повідомлення, а також через агентів впливу в блогах і на форумах. Найбільш характерні категорії – товари категорії люкс, портативна техніка. У даного архетипу більше інтересу до сучасних технологічних рішень, таким як відеоогляди в YouTube. У даного архетипу найбільш складний шлях до прийняття рішення про покупку.

Продовження табл. 1.1

1	2	3
Шукачі акцій	Покупці, які в мережі шукають саме спеціальні пропозиції, акції, купони та інші вигідні пропозиції. Не у всіх випадках їм потрібен якийсь конкретний товар або послуга.	Мотивом для покупки є саме вигідна цінова пропозиція. Найбільш характерні категорії для такої поведінки: комп'ютерні комплектуючі, програми, відеоігри, електронні книги, іграшки, подарунки, техніка для дому, товари категорії люкс, фільми, портативна техніка, подорожі та відпочинок. Наприклад, якщо мова йде про пошук найбільш вигідного варіанту літньої відпустки, покупець може розглядати кілька країн і курортів та зробити вибір залежно від наявності самої вигідної гарячої пропозиції.
Онлайн-покупці	Покупці віддають перевагу онлайн-шопінгу в більшості випадків, коли існує така можливість. Майже 60% всіх покупок такі покупці здійснюють в онлайні. Простота і зручність покупки в інтернеті визначають переваги даного архетипу щодо місця покупки.	Шлях до прийняття рішення про покупку включає пошук інформації онлайн, вибір товару в онлайні і, відповідно, покупку в онлайн-магазині. Найбільш характерні категорії для цього типу поведінки: книги і журнали, одяг і взуття, модні товари, музика і аудіокниги, квитки.

Таким чином, у процесі купівлі товарів та послуг сучасні покупці демонструють різні моделі поведінки. На процес прийняття рішення про закупівлю впливає низка факторів, включаючи категорію товару, ставлення покупця до Інтернет- та офлайн-каналів та особистий досвід покупок в Інтернеті. При всьому різноманітті можливих зразків поведінки існують певні зразки, на основі яких можна побудувати стратегію просування бренду таким чином, щоб найбільш ефективно впливати на людину на її шляху до прийняття рішення про покупку.

Практика підтверджує, що сучасні споживачі здійснюють всебічний аналіз та аналіз обраних параметрів. Однак ми не повинні ігнорувати той факт, що третина рішень приймається негайно, спонтанно, під впливом емоцій та почуттів, а не на основі аналізу. У таких випадках виробникам потрібно подбати про емоційне навантаження на покупця, розширити канали потоку товарів, створити запаси товарів, поліпшити асортимент, стимулювати продажі тощо (каталог, телевізійний магазин, інтернет-магазин). На покупця, який має намір придбати певний товар, часто впливають консультанти з продажу, вітрини магазинів, електронні ЗМІ та реклама в точках продажу. Будь-які маніпуляції в торговій точці можуть бути

результатом того, що існуючі переваги одного продавця можуть швидко змінитися на користь іншого [34].

На основі вище наведено, зазначимо, що діяльність кожного підприємства супроводжується розрахунками з покупцями за реалізовані ними товари, виконані роботи та надані послуги (рис. 1.2) [26].

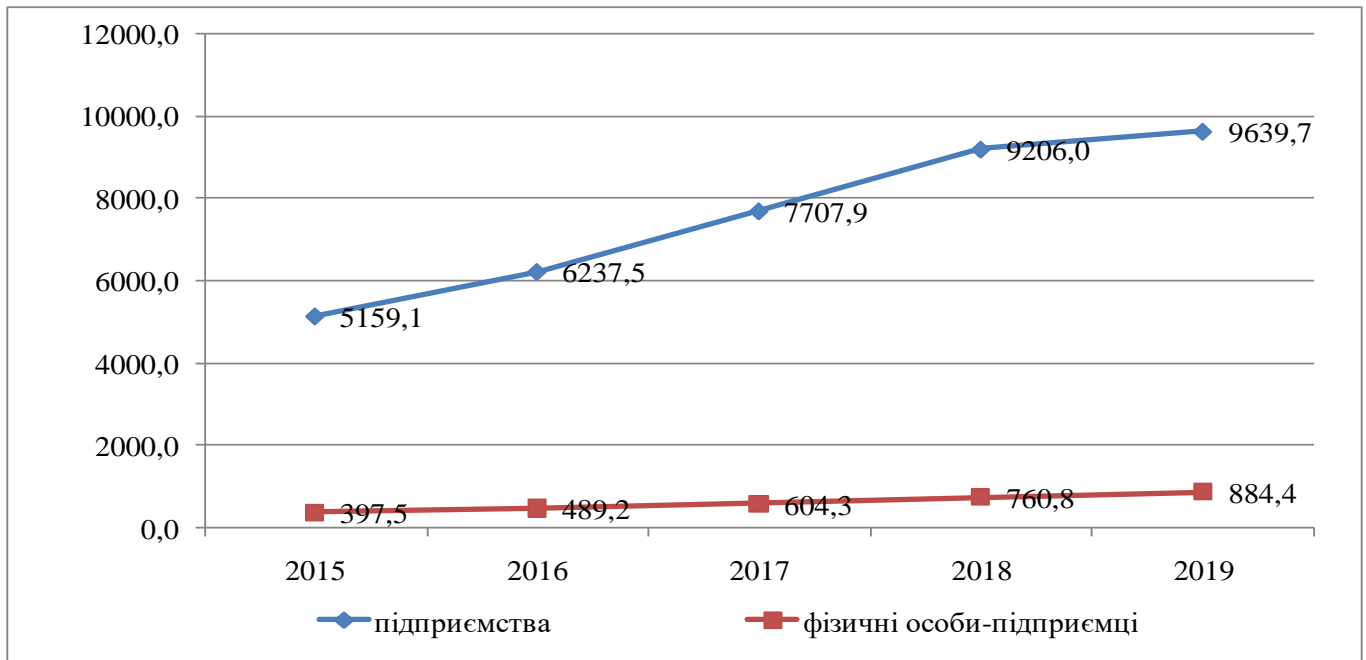


Рис. 1.2. Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності (млрд.грн.) [26]

Як свідчать, дані рис. 1.2 обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності з кожним роком збільшується, а саме протягом 2015-2019 років відбулося зростання на 4967,6 млрд.грн., в першу чергу зростання відбулося за рахунок розрахункових відносин на підприємствах з покупцями (4480,7 млрд.грн.).

Відповідно до МСФЗ 15 [16], для того, щоб вирішити, в який момент виникає виручка, підприємства повинні застосовувати модель аналізу п'яти кроків. Така модель визначає що виручка виникає момент передачі прав власності покупцю на певний товар чи послугу і в тій сумі, яку передбачає отримати підприємство від покупця (рис. 1.3).

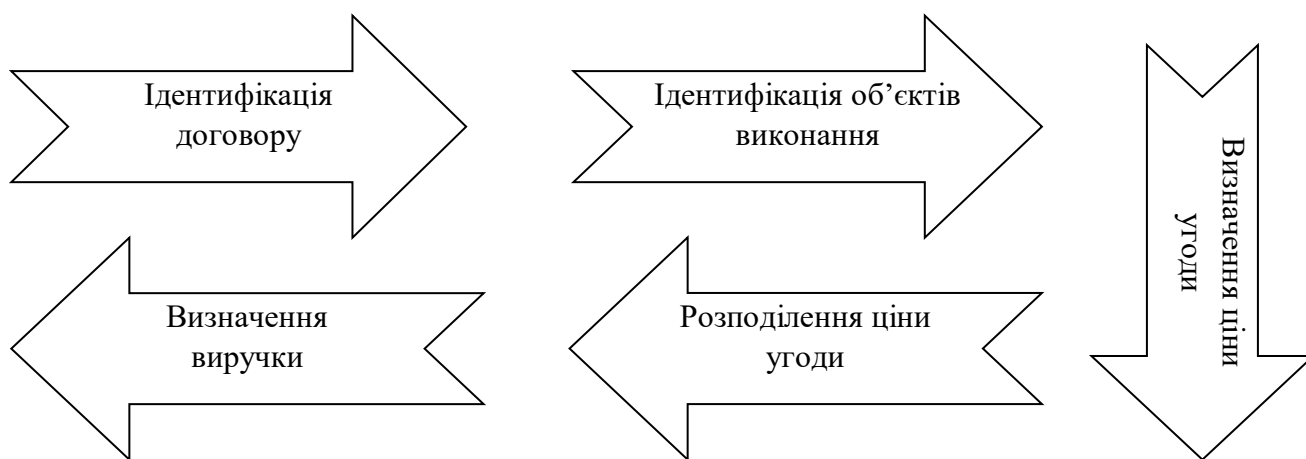


Рис. 1.3. Модель аналізу п'яти кроків [16]

У залежності від того чи виконуються ці умови, виручка визнається в двох випадках (рис. 1.4).



Рис. 1.4. Умови визначення виручки [16]

Основною проблемою при розрахунках з покупцями є система неплатежів, тобто виникнення дебіторської заборгованості, яка є частиною оборотного капіталу підприємства; сума, яку заборгували підприємству, організації, компанії інші юридичні особи і компанії, а також громадяни, що є їх боржниками за поставку товарів, виконання робіт, надання послуг тощо [6, с. 529].

Відповідно до П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість», дебіторська заборгованість – це сума заборгованості дебіторів підприємству на певну дату, а дебітори – юридичні та фізичні особи, які внаслідок минулих подій заборгували підприємству певні суми грошових коштів, їх еквівалентів або інших активів [20].

У МСБО 32 дебіторська заборгованість трактується як фінансовий актив, але конкретного визначення цього поняття міжнародні стандарти не дають. Моментом визнання дебіторської заборгованості у звітності як активу за МСФЗ і П(С)БО є

виконання двох критеріїв: імовірність отримання підприємством у майбутньому економічних вигід і достовірність визначення її суми [25].

На сучасному етапі дебіторська заборгованість за розрахунками з покупцями та замовниками є занадто високою і складає найбільшу частку оборотних активів підприємств, що значно погіршує їх фінансовий стан (рис. 1.5-1.7) [26].

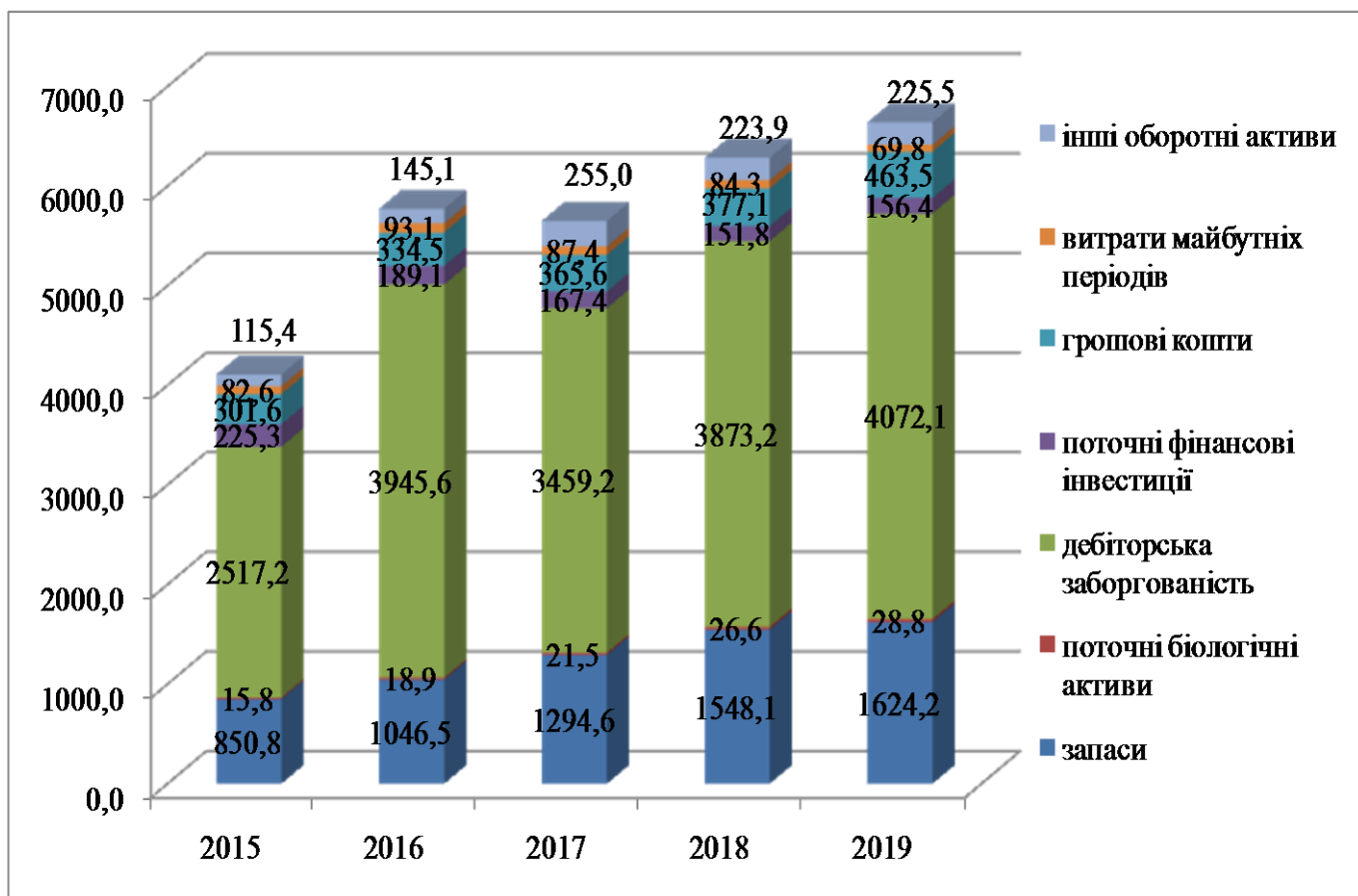


Рис. 1.5. Складові оборотних активів підприємств за видами економічної діяльності [26]

Проаналізувавши дані на вище наведених рисунках, ми дійшли висновку, що дебіторська заборгованість протягом 2015-2019 років збільшилась на 678,6 млрд.грн. (61,0 %), а кредиторська заборгованість – на 940,9 млрд.грн. (59,9 %). Тобто дані свідчать, що не тільки покупці не розраховуються, а і підприємства з своїми постачальниками.

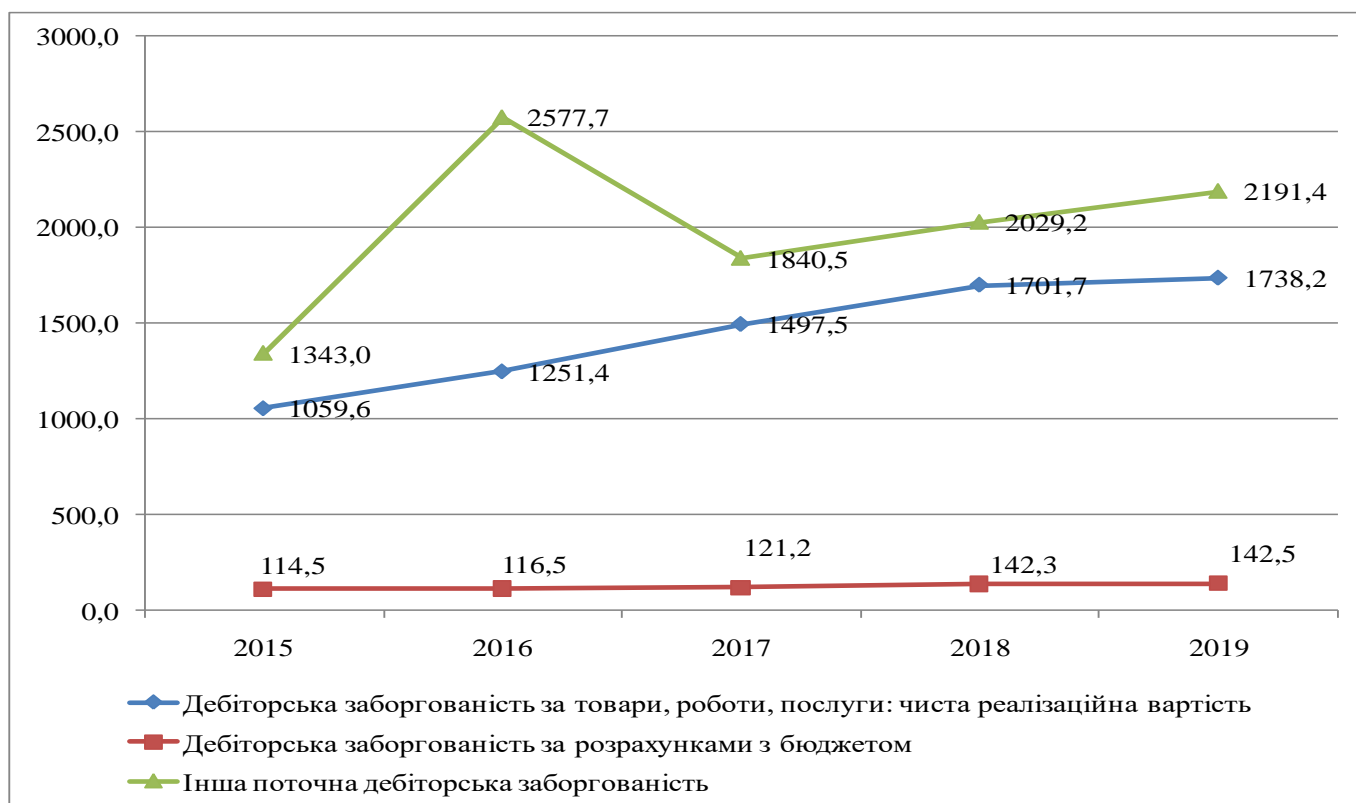


Рис. 1.6. Дебіторська заборгованість підприємств за видами економічної діяльності [26]

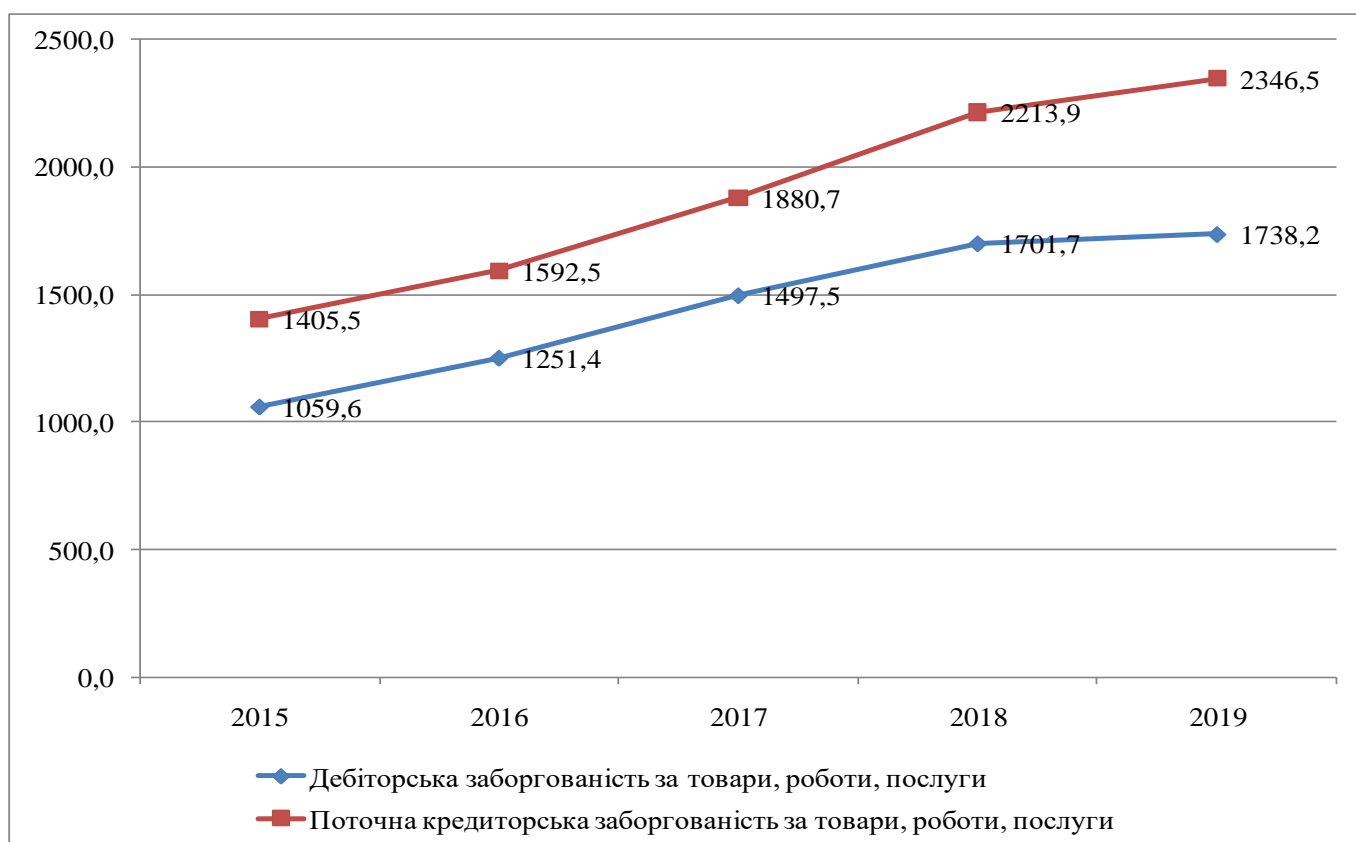


Рис. 1.7. Динаміка дебіторська та поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги [26]

При здійсненні розрахункових операцій щодо купівлі-продажу відбувається державне їх регулювання через найважливіший та найефективніший важіль – оподаткування розрахунків. При купівлі продукції споживачі сплачують податок на додану вартість. Саме за допомогою податкової політики держава не тільки формує джерела фінансування суспільно-необхідних витрат, реалізуючи фіскальну функцію податків, а й забезпечує створення необхідних передумов до структурної перебудови національної економіки та її зростання.

1.2. Економічний механізм відносин з покупцями в господарській діяльності і оподаткування підприємств підприємства

Потреба в обміні діяльністю і розрахунках виникла на певному етапі розвитку продуктивних сил суспільства і людської цивілізації. Її спричинено розвитком товарного виробництва, в основі якого завжди була мотивація поведінки товаровиробників щодо зниження індивідуальних витрат порівняно із суспільно необхідними.

Економічний інтерес людини ставав таким чином рушійною силою суспільства і основним мотивом поведінки в економічному її житті. Ці обставини вимагають поглибленого розгляду економічної сутності людини в зв'язку з ускладненням товарного виробництва та розрахунків.

Розрахунки в товарно-грошових відносинах та механізм розрахунків стають таким чином постійним об'єктом дослідження, обліку, аналізу і контролю.

Механізм розрахунків не можна розглядати спрощено і розуміти його як систему комунікаційних структур, методичних та технологічних прийомів, призначених для їх здійснення. Таке розуміння механізму розрахунків є надто поверховим, і не сприяє ні розвитку розрахунків, ні обґрунтованому їх відображенню в бухгалтерському обліку. Даний механізм розрахунків обслуговує сферу обігу, в функціонуванні якої крім продавця і покупця задіяні банки, держава, інші юридичні і фізичні особи. Разом з тим його суть і конкретний зміст можуть бути розкриті лише через природу товарного виробництва і товарно-грошових відносин.

Форми ж вільних ринкових відносин, які відображаються такими формами зв'язків: - прямі, - посередницькі, - біржові, - дилерські, які можна побачити на рис. 1.8-1.11.

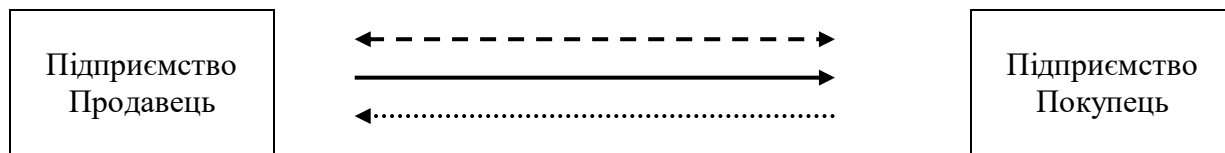


Рис. 1.8. Прямі зв'язки



Рис. 1.9. Посередницькі зв'язки

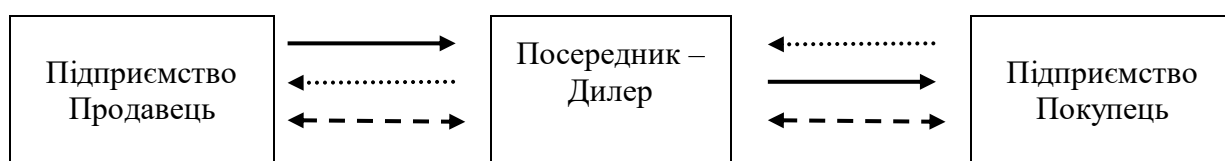


Рис. 1.10. Дилерські зв'язки

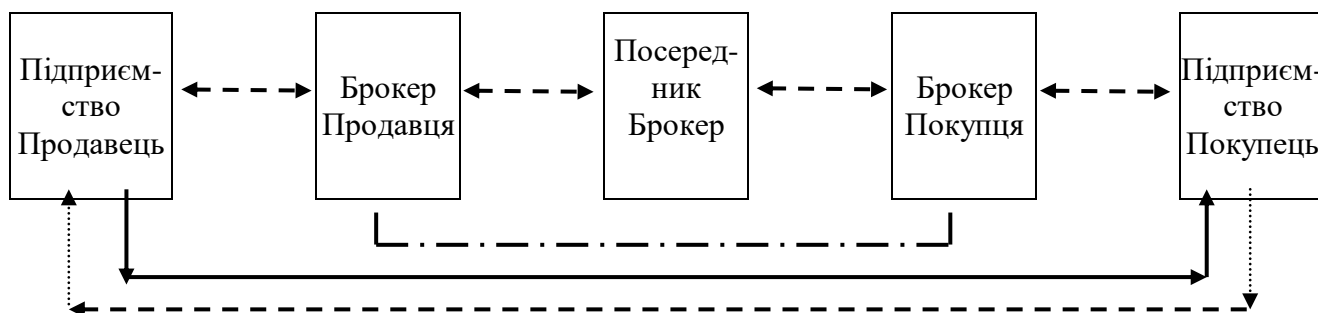


Рис. 1.11. Біржові зв'язки

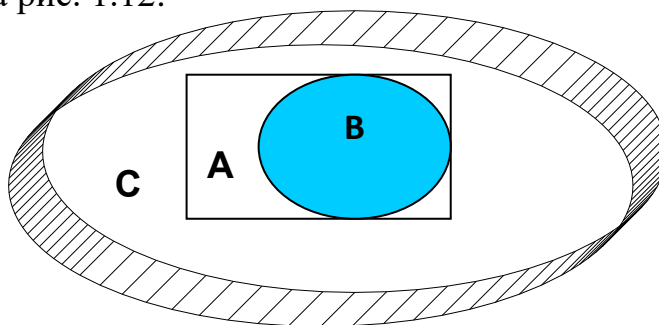
Умовні позначення:

- ← - - - - - → - укладення договорів
- ← → - розрахунки
- - рух товарів
- . - . - . - . - укладення біржових контрактів

В основі виникнення вільних ринкових взаємовідносин підприємств лежать передумови ринкової економіки:

- 1) максимальна свобода господарської діяльності підприємств;
- 2) повна відповідальність підприємств, працівників за результати економічної діяльності;
- 3) конкуренція підприємств товаровиробників;
- 4) вільне ціноутворення (на підставі попиту й пропозиції);
- 5) відмова держави від участі в управлінні господарською діяльністю підприємств;
- 6) охоплення ринковими відносинами більшості сфер суспільства при збереженні неринкового сектора в тих видах діяльності, які не можуть бути підпорядковані виключно комерційним інтересам (наука, освіта, культура, охорона здоров'я, оборона);
- 7) відкритість економіки, її інтеграція в систему світових господарських зв'язків (зовнішньоекономічної діяльності).

Зв'язок між розрахунками (як макроекономічним поняттям) і бухгалтерським обліком (який описує мікрорівень з урахуванням економічних зв'язків) розглядала С.Л. Береза [1], наведено на рис. 1.12.



А – система розрахунків; В – відображені розрахунки, виступають або кредиторською, або дебіторською заборгованістю; С – система бухгалтерського обліку.

Рис. 1.12. Відображення розрахунків в системі бухгалтерського обліку

У ринкових умовах при виборі форми оплати слід керуватися такими критеріями: надійність, контроль, комп'ютеризація формальностей, прискорення потоку коштів, мінімальна складність розрахункових операцій.

Цим критеріям найкраще відповідають безготівкові платежі, оскільки вони є прогресивними методами оплати.

Безготівкові платежі - це готівкові платежі, здійснені через банківські рахунки, в яких гроші (кошти) беруться з рахунку платника та перераховуються на рахунок одержувача.

Під час переходу до ринкових відносин організація безготівкових операцій повинна активно сприяти вирішенню таких завдань:

- вдосконалення комерційного розрахунку на підприємстві;
- підвищення відповідальності підприємств за своєчасну та повну сплату всіх зобов'язань;
- посилення договірної дисципліни;
- прискорення ротації оборотних коштів.

Чинне законодавство України надає сільськогосподарським підприємствам можливість вільно вибирати форми безготівкових розрахунків між підприємствами залежно від різних факторів, таких як: тип покупця (оптовий, біржовий, роздрібний, безкоштовний, регульований, постійний), товар тип, обсяг продажів, суми платежів тощо. У той же час безготівкові платежі мають широкий вибір між типами платіжних інструментів для ділових відносин - прямими дебетами, прямими дебетами, платіжними дорученнями, чеками, акредитивами, векселями, системи дистанційного управління, компенсація взаємної заборгованості, бартерні операції та переуступка дебіторської заборгованості.

Звичайно, жодна форма оплати не створює додаткових коштів. У ринкових умовах необхідно використовувати форму, яка забезпечувала б своєчасне та повне надходження коштів на рахунок виробника, забезпечувала б належний рівень взаємного та банківського контролю за виконанням договірних зобов'язань.

Однією з форм розрахунків, яка виникає при ринкових умовах, є пластикові картки. Головне призначення банківських пластикових карток Національної системи масових електронних платежів – стати посередником між підприємствами та населенням при переході на масові безготівкові електронні платежі за товари і послуги. Необхідно зазначити, що пластикова картка – це тільки інструмент тієї чи іншої платіжної системи.

При безготівковій формі розрахунків, оплати за допомогою пластикових карток, діють три основних взаємопов'язаних учасники: тримач картки, емітент, пункт обслуговування. Клієнт охоче придбає картку лише в тому випадку, якщо її

визнають як платіжний засіб якнайбільше підприємств обслуговування. Для успішного запровадження та функціонування такої системи безготівкових розрахунків необхідно, відмічає Г. Асхауэр:

- створення як найбільше розгалуженої мережі підприємств обслуговування, що приймали б як інструмент платежу пластикову картку;
- залучення максимальної кількості клієнтів – тримачів платіжних карток.

Ведучи мову про організацію великої платіжної системи, що базується на банківських пластикових картках, необхідно сказати, що для здійснення операцій за допомогою пластикових смарт-карток треба діяти з послідовністю, викладеною на рис. 1.13. Головна дійова особа у зазначеній платіжній системі це клієнти-користувачі, так як зазначений ланцюжок починається і закінчується клієнтом, а за допомогою клієнтів і банки одержують доходи, беручи участь у здійсненні цих розрахункових операцій.

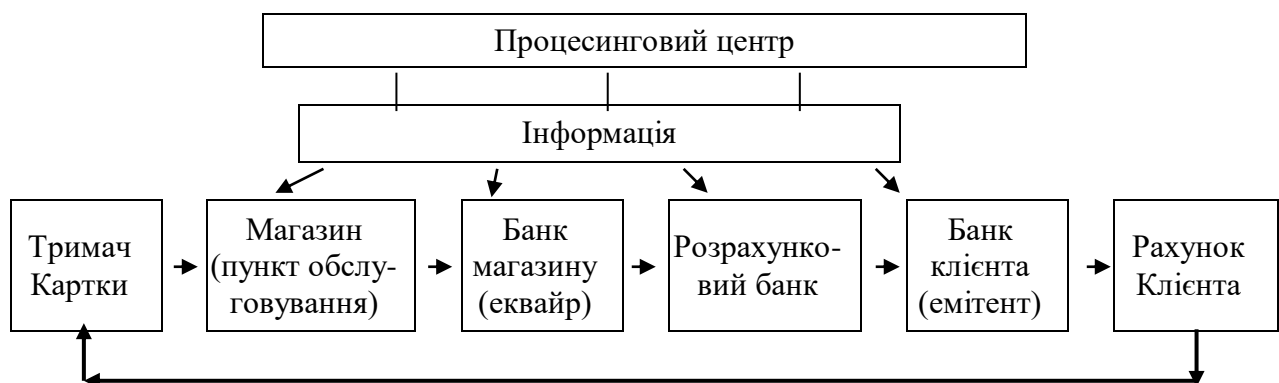


Рис. 1.13. Порядок операцій за допомогою пластикових карток

Виходячи з того, що картка стає платіжним інструментом, обов'язковим для приймання в торгівлі, сфері послуг, на транспорті та у підприємствах зв'язку, емітентами пластикових карток стають банківські установи із стабільно працюючим фінансовим становищем. Для ефективного функціонування системи безготівкових розрахунків із використанням пластикових карток необхідно, щоб цей засіб платежу приймало як найбільше підприємств та була залучена максимальна кількість клієнтів-користувачів. З прийняттям цього рішення головний банк країни став гарантом виконання розрахунків між платниками й одержувачами коштів. Положенням про порядок здійснення бухгалтерських операцій з банківськими платіжними картками Національної системи також передбачено надання

короткострокового кредиту клієнту за необхідності до завантаження його картки у випадку, коли він знаходиться у місці, значно віддаленому від банку-емітента.

Висновки до розділу 1

Поточне фінансове становище підприємств характеризується збільшенням дебіторської заборгованості в структурі їх активів, що призводить до повільнішого обороту платежів. Отже, існує потреба в ефективному управлінні боргом з метою підвищення їх платоспроможності. Одним із найважливіших елементів розширеного відтворення є розрахунки між підприємствами. Вони опосередковують розподіл і перерозподіл суспільного продукту, його перетворення з товарної форми в гроші і навпаки, зміну форм власності.

Розрахунок проводиться на основі економічного кругообігу коштів у виробничому процесі і є загальнодоступним визнанням того, що компанія виконала свої зобов'язання та цілі. Перевірка взаємовідносин з розрахунками показала, що правильний вибір способу оплати та їх бронювання є важливим при здійсненні операцій, оскільки це дозволяє підрядникам зменшити витрати та ризик невиконання зобов'язань іншою стороною договору.

РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА СУЧАСНОГО СТАНУ ОБЛІКОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗРАХУНКІВ З ПОКУПЦЯМИ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЇХ ОПОДАТКУВАННЯ

2.1. Система організації обліку розрахунків з покупцями підприємства

Бухгалтерський облік базується на основній інформації, тому важливо, щоб усі господарські операції, що відбуваються на підприємстві в рамках комерційної, фінансової та господарської діяльності, були задокументовані.

Основні документи оформляються під час операції, а якщо це неможливо - відразу після її завершення. Інформація, що міститься в первинних документах, прийнятих до бухгалтерського обліку, систематизується на рахунках бухгалтерського обліку в реєстрах синтетичного та аналітичного бухгалтерського обліку шляхом їх подвійного запису на об'єднаних рахунках. Господарські операції реєструються в бухгалтерських книгах у тому звітному періоді, в якому вони були здійснені [32].

Розрахункові відносини між підприємством та покупцями виникають у процесі господарської діяльності підприємства і, як правило, повинні передувати укладення договорів (контрактів) на купівлю-продаж запасів, контрактів на виконання різних робіт, забезпечення послуг тощо.

Завданням організації документації цих операцій є складання графіка документів із зазначенням конкретних підрядників, дат вилучення та подання документів в архів. На рис. 2.1. наведено обіг розрахункових документів з покупцями та замовниками на досліджуваному підприємстві.

Відповідальність за своєчасну та якісну підготовку документів, своєчасне подання їх для відображення в бухгалтерському обліку, за достовірність даних, для яких були створені документи, несуть особи, які підготували та підписали ці документи. Співробітники компанії повинні створювати та подавати основні документи, що стосуються сфери їх діяльності, згідно з графіком документообігу.

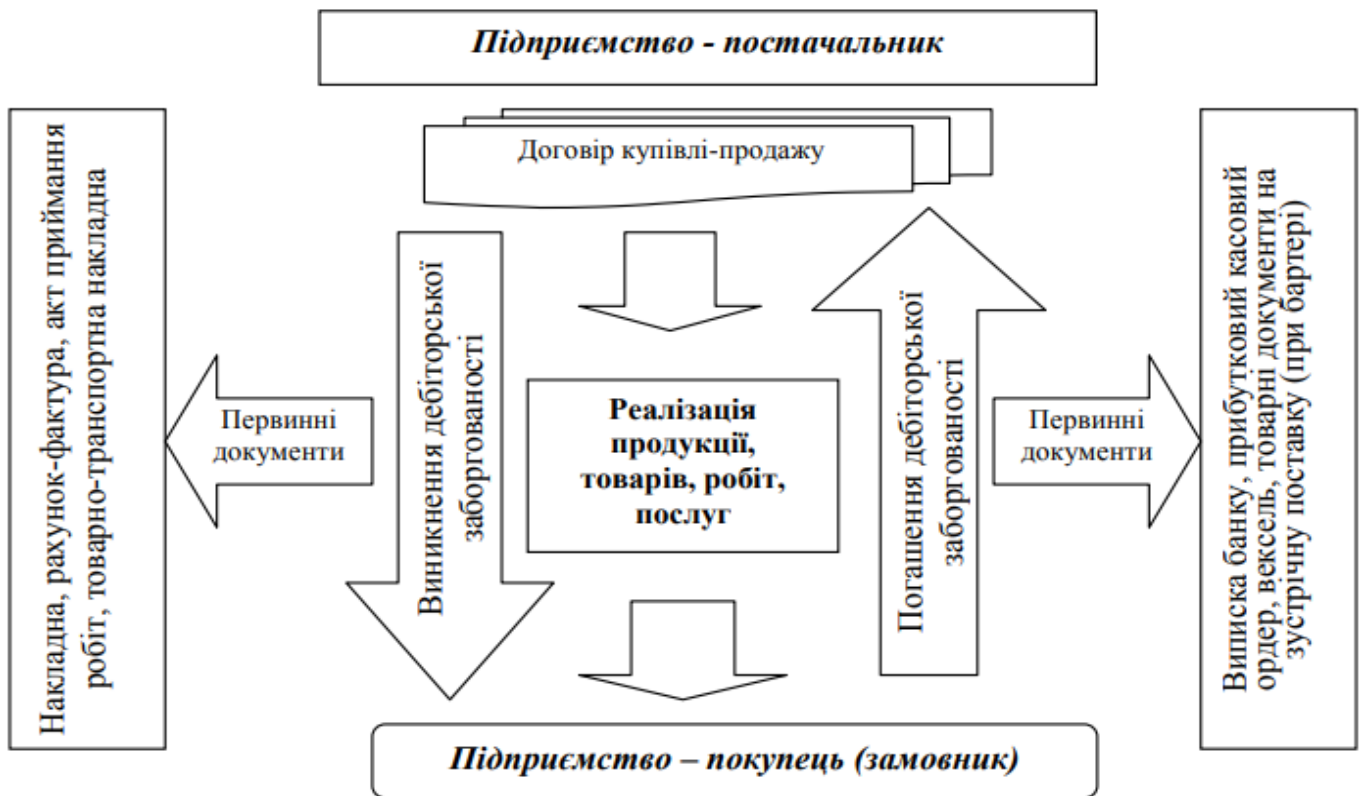


Рис. 2.1. Документальне оформлення розрахунків з покупцями

Продаючи товари в кредит, компанія піддається ризику несплати всіх боргів. Дебіторська заборгованість створюється за чистою вартістю реалізації. Чиста реалізаційна вартість дебіторської заборгованості - це сума поточної дебіторської заборгованості за поставки, роботи та послуги, за вирахуванням резерву сумнівної дебіторської заборгованості. За цією вартістю короткострокова дебіторська заборгованість визнається у балансі. Для того, щоб визначити чисту ціну продажу, яку можна отримати на дату балансу, розраховується сума резерву під сумнівну дебіторську заборгованість (рис. 2.2) [20].

Однією з проблем з обліком дебіторської заборгованості має бути непристосованість методів визначення резерву сумнівних боргів, які передбачені П (С) БО 10 для бухгалтерського обліку українських підприємств, і на цій підставі недостовірні дані при відображенні резерву сумнівних боргів в балансі. Тому цю проблему можна вирішити затвердженням переліку документів, що підтверджують та обґрунтовують визнання сумнівних (безнадійних) боргів. Розрахунок резерву сумнівних боргів повинен базуватися на середній статистиці [20].

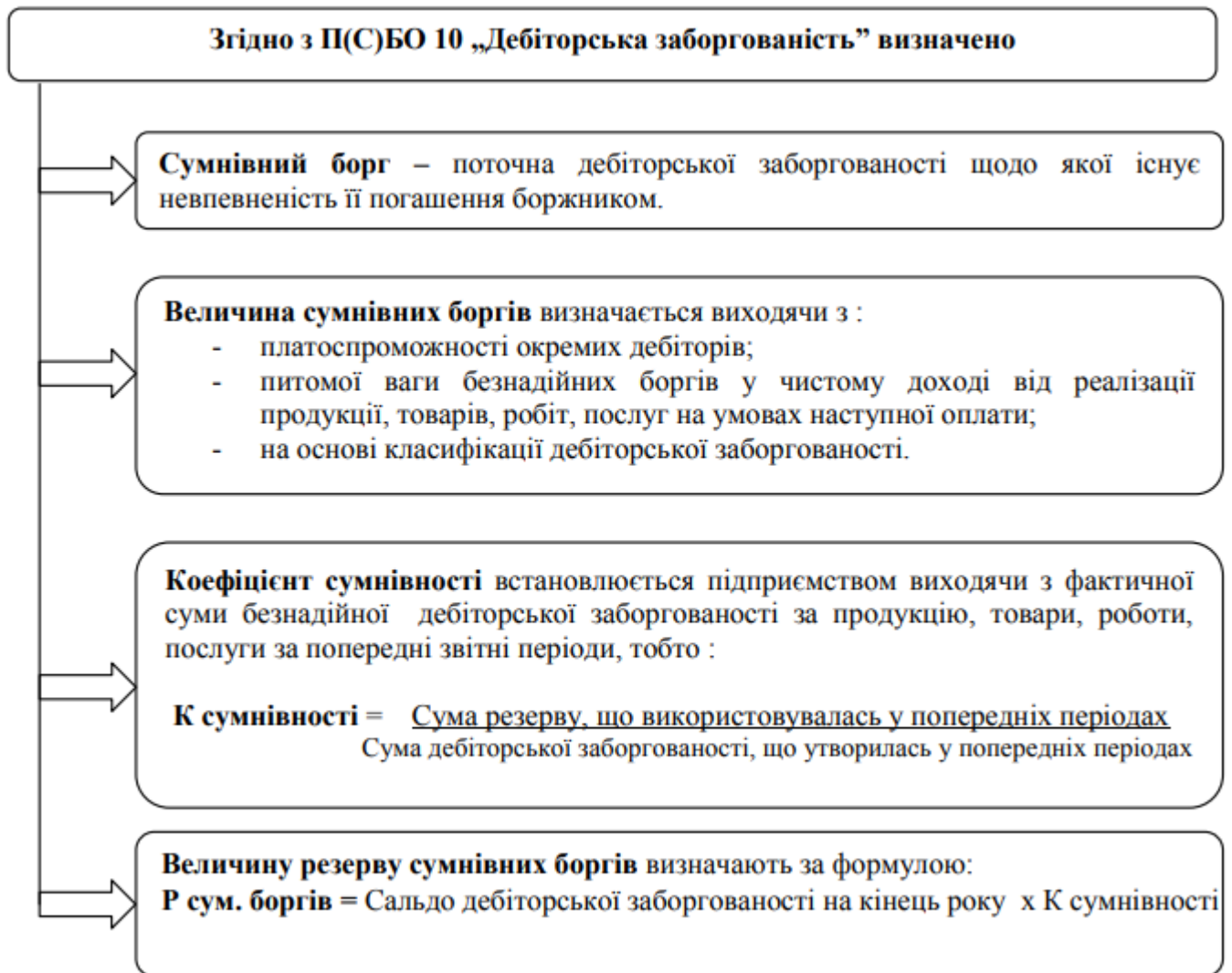


Рис. 2.2. Формування резерву сумнівних боргів згідно з П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість»

Узагальнення інформації про розрахунки з покупцями за відвантажену продукцію, товари, виконану роботу та надані послуги, за винятком боргу, який забезпечений векселем, можна знайти на рахунку 36 "Розрахунки з покупцями та замовниками".

Рахунок 36 "Розрахунки з покупцями та замовниками" має такі чотири субрахунки:

– 361 «Розрахунки з вітчизняними покупцями» – використовується для обліку розрахунків з покупцями і замовниками, що знаходяться на митній території України;

– 362 «Розрахунки з іноземними покупцями» – використовується для обліку

розрахунків з іноземними покупцями з експортних операцій. На ньому ведеться облік сум, аналогічних тим, що обліковуються на субрахунку 361. На субрахунку 362 «розрахунки з іноземними покупцями», крім того, аналітичний облік ведеться в гривнях та валюті, обумовлений договором;

– 363 «Розрахунки з учасниками ПФГ» – використовується для обліку операцій з учасниками промислово-фінансових груп;

– 364 «Розрахунки за гарантійним забезпеченням» – використовується для обліку розрахунків за гарантійним забезпеченням, пов'язаним зі здійсненням операцій з деривативами [7].

Основна кореспонденція рахунків по рахунку 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками» формуються на основі рахунків Плану рахунків:

1. Відвантажено продукцію вітчизняним покупцям: Дт 361 Кт 701

2. Вібражено нарахування податкових зобов'язань з ПДВ Дт 701 Кт 641, Дт 361 Кт 643

3. Оплачено заборгованість покупцем на поточний рахунок в банку: Дт 311 Кт 361 [7].

Аналітичний облік розрахунків з покупцями та замовниками забезпечує отримання даних про заборгованість, дата виплати якої ще не настала, а також про непогашену заборгованість. аналітичні розрахунки з покупцями та замовниками проводяться для кожного покупця та замовника, для кожної операції, для кожного рахунку-фактури, поданого до оплати [7].

Синтетичний облік ведеться в Журналі № 3, а аналітична бухгалтерська інформація у Відомості 3.1 - 3.6. Журнал 3 (графіа 5) відображає надходження коштів за реалізовану продукцію, роботи (послуги) за рахунком 36 "Розрахунки з покупцями та замовниками" у кореспонденції з дебетом рахунків (рядки 6-17), за якими зараховується [15].

Інформація про аналітичний облік як невід'ємна частина Журналу 3 ведеться окремо для операцій на рахунках 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками» 37 «Розрахунки з різними дебіторами», 63 «Розрахунки з постачальниками та підрядниками», 64 «Розрахунки за рахунок податків та платежі ", 68" Розрахунки за

іншими операціями ", 34" Отримані короткострокові векселі ", 51" Довгострокові векселі видані ", 182" Отримані довгострокові векселі ", 62" Короткострокові векселі виданий обмін" [7].

Записи в Журналі № 3 здійснюються на підставі Відомості № 3.1 «Звіт про аналітичний розрахунок розрахунків з покупцями та замовниками» на рахунку 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками». У Відомості № 3.1 перераховані всі покупці та клієнти за звітний період або заборгованість за попередні періоди. Кожен з них представляє залишки на початок і кінець місяця та обороти дебету та кредиту за звітний період та заповнюється на підставі реєстрів, первинних документів та копій [15].

Нормативні акти також передбачають ведення окремого Аналітичного переліку розрахунків за операціями на окремих субрахунках, зокрема розрахунків з особами, відповідальними за претензії, за видані та отримані аванси тощо, потребуватиме декількох сторінок (аркушів).

Інформація про стан розрахунків з клієнтами в системі дебіторської заборгованості на основі відповідних рахунків синтетичного обліку відображається в Балансі форми 1 для статей [19], перелічених у Додатку А.

В контексті кризи дефолту роль ефективного управління боргом, своєчасного погашення та попередження безнадійної заборгованості є особливо важливою. Слід пам'ятати, що політика управління дебіторською заборгованістю є частиною фінансової та маркетингової стратегії компанії. Іноді помилково вважають, що управління дебіторською заборгованістю полягає лише у збалансуванні їх розміру із зобов'язаннями компанії. Насправді недостатньо того, щоб сума заборгованості не перевищувала заборгованості. Зрештою, компанія зобов'язана виплачувати борги своїм кредиторам, незалежно від того, отримує вона борги від своїх боржників чи ні. З точки зору фінансового управління, важливіше забезпечити якісну дебіторську заборгованість та пришвидшити її оборот.

Таким чином, надзвичайно важливо мати повну і всебічну, систематичну та правдиву інформацію про розрахунки з покупцями та, загалом, про дебіторську заборгованість, щоб збалансувати її негативні наслідки з об'єктивною економічною

необхідністю її існування та використання в економічних відносинах між підприємствами.

2.2. Оподаткування розрахунків з покупцями підприємства

Податки – одна з найскладніших і надзвичайно важливих економічних категорій. Їх поява сягає перших проявів державності і пов'язана з функцією отримання коштів на підтримку державного управління.

Система оподаткування прибутку підприємств відображає подвійну природу податкових відносин у контексті її бізнесу. З одного боку, це відображає інтереси держави, оскільки податки є основним джерелом надходжень до бюджету, а з іншого боку, це повинно бути обтяжливим для підприємців, щоб не створювати ефективність та не збільшувати ймовірність банкрутства.

Сьогодні податки є важливим елементом будь-якої економічної системи держави, незалежно від моделі економічного розвитку та політичної системи. Відсутність податків у державній економіці неможлива, оскільки це негайно паралізує її фінансову систему, зникає основне джерело доходів бюджету, зникає можливість ефективного утримання державного управління, і це перестає бути мотивованим для виконання своїх функцій. Тому обсяг коштів, які держава повинна збирати щорічно у вигляді податків, значною мірою залежить від витрат на виконання державою своїх функцій, що визначає важливість взаємного податкового та бюджетного планування.

Узагальнюючи наукові погляди на природу податків [3, 49], можна виділити три ключові концепції їх тлумачення:

- оплата послуг, що надаються державою фізичним та юридичним особам;
- перерозподіл коштів державі;
- примусовий збір коштів.

Ми вважаємо, що кожне з цих понять має право на відокремлене існування, але їх поєднання створює більш точне з нашого погляду оподаткування, а саме:

податки - це обов'язкові платежі державі, такі як плата за послуги, які збираються шляхом перерозподілу національного доходу шляхом обов'язкового податкових органів та надання можливості державній адміністрації ефективно функціонувати.

Що стосується податків, які виникають при розрахунках з покупцями, то розглянемо детальніше один з непрямих податків – ПДВ. ПДВ – це непрямий податок, який включається до ціни товарів (робіт, послуг) та сплачується покупцем, але реєструється та передається до державного бюджету продавцем (податковим агентом) [28].

ПДВ базується на доданій вартості - новоствореній вартості підприємства за рахунок власних факторів виробництва (землі, капіталу, праці, підприємництва. Тому додана вартість складається з: 1) ренти, оренди; 2) амортизація; 3) заробітна плата; 4) прибуток.

Платниками податків визнаються фізичні та юридичні особи та їх відокремлені підрозділи, що мають, одержують або передають об'єкти оподаткування або провадять діяльність (операції) [28].

Основою для податку на додану вартість є фактична (договірна) ціна товару чи послуги. Якщо нормальна ціна (ціна даного товару чи послуги за умови, що вона продається сторонній стороні, яка не має стосунків з постачальником), перевищує фактичну ціну більш ніж на 20%, то база оподаткування - це нормальна ціна.

Ставки податку встановлюються ПКУ на основі бази оподаткування у таких розмірах: 20 відсотків; 7 відсотків; 0 відсотків. Податкові ставки встановлюються Податковим кодексом України [28].

База оподаткування розраховується за формулою:

вартість + прибуток + податки та збори.

Розрахунок ПДВ та сума цього податку невіддільні від таких основних понять: податкове зобов'язання, податковий кредит, повернення бюджету [28].

Податкове зобов'язання платника податків - загальна сума ПДВ, що нараховується платником податку та включається до робіт та послуг, наданих у звітному періоді [28].

Податковий кредит - сума податку на додану вартість, сплачена платником

податку у звітному періоді у зв'язку з придбанням товарів, вартість яких стосується валової собівартості продукції та основних засобів або нематеріальних активів, що підлягають амортизації [28].

Поняття відшкодування ПДВ невіддільне від податкового кредиту. Повернення бюджету з ПДВ - це сума, яка повинна бути повернута платнику податку з бюджету через переплату. Залежно від того, різниця між податковим зобов'язанням та сумою податкового кредиту за позитивний чи негативний звітний період, платник ПДВ:

- зобов'язаний сплачувати ПДВ в бюджет (додатне значення);
- має право на відшкодування (від'ємне значення) [28].

Повернення ПДВ здійснюється за поданими заявками в хронологічному порядку. Технічно повернення коштів здійснюється через електронну систему адміністрування ПДВ [28].

Єдиною причиною створення податкового кредиту є наявність у платника податків - покупця товарів, робіт чи послуг належним чином оформленої податкової накладної, яка складається на кожне повне або часткове постачання товарів/послуг, а також на суму коштів, що надійшли на поточний рахунок як попередня оплата (аванс) [28].

Для операцій, пов'язаних з постачанням товарів / послуг безперервного або ритмічного характеру, формуються зведені податкові накладні. Це означає, що не потрібно виписувати окрему податкову накладну для кожної транзакції, а одну за кілька транзакцій. Однак умова ритмічного або безперервного характеру операції з доставки повинна бути визначена в договорі з покупцем, у тому числі, якщо покупцем є фізична особа - платник ПДВ. Підсумкові ПН (за щоденними підсумками операцій з постачання) виписують, зокрема, у разі продажу товарів/послуг за готівкові кошти кінцевим споживачам.

При здійсненні спільної діяльності рахунок-фактура з ПДВ виписується особою, яка веде облік результатів цієї діяльності та відповідає за ведення та сплату податку в бюджеті. Податкове врегулювання результатів спільної діяльності такої особи здійснюється у стандартному порядку, незалежно від врегулювання

результатів іншої господарської діяльності.

При здійсненні спільної діяльності, пов'язаної з використанням нерухомості, придбаної на підставі договорів управління нерухомістю, податковою накладною видається розпорядником майна, який веде окремий податковий рахунок з податку на додану вартість за такими операціями і існує бюджет.

За послуги нерезидента, місце доставки якого знаходиться на митній території України, рахунок-фактура з ПДВ сплачуватиме платник податку-покупець (одержувач), зареєстрований в Україні.

Податкова накладна створюється у двох примірниках (оригінали та копії), коли продавець виконує податкові зобов'язання відповідно до ПКУ[28].

Отже, специфіка податкового обліку, який відображає операції з ПДВ, полягає в тому, що неможливо включити до податкової пільги витрати, які не підтверджені рахунками чи митними деклараціями. У фінансовому обліку такої заборони немає. Така ситуація призводить до тимчасового або постійного розриву у відображенні сум податкового кредиту з ПДВ у різних видах бухгалтерського обліку. Отже, це відображається на загальній сумі ПДВ, оскільки покупець може визнати суму податкового кредиту лише на підставі податкової накладної.

Таким чином, ПДВ в Україні є основним бюджетоутворюючим податком. Однак, існуючий механізм адміністрування ПДВ доводить, що ПДВ не є податком на додану вартість, насправді це податок із загальної вартості товарів, оскільки предметом оподаткування є вартість товарів.

Висновки до розділу 2

Розрахункові відносини між підприємством та покупцями виникають у процесі господарської діяльності підприємства і, як правило, повинні передувати укладення договорів (контрактів) на купівлю-продаж запасів, контрактів на виконання різних робіт, забезпечення послуг тощо. Надзвичайно важливо мати повну і всебічну, систематичну та правдиву інформацію про розрахунки з покупцями та, загалом, про дебіторську заборгованість, щоб збалансувати її

негативні наслідки з об'єктивною економічною необхідністю її існування та використання в економічних відносинах між підприємствами.

ПДВ в Україні є основним бюджетоутворюючим податком. На відміну від країн ЄС, де основним доходом є податок на доходи фізичних осіб, в Україні цей податок посідає перше місце за фіскальною вартістю. Існуючий механізм адміністрування ПДВ доводить, що ПДВ не є податком на додану вартість, насправді це податок із загальної вартості товарів, оскільки предметом оподаткування є вартість товарів.

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ОБЛІКОВОГО ПРОЦЕСУ ТА СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ РОЗРАХУНКІВ З ПОКУПЦЯМИ ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Механізм удосконалення облікове забезпечення розрахунків з покупцями підприємства

У сучасних умовах ведення бізнесу одним з найскладніших і суперечливих питань в бухгалтерському обліку є облік дебіторської заборгованості, що пов'язано із загостренням проблем з неплатежами. На жаль, сьогодні бізнес в першу чергу вирішує власні проблеми, замість того, щоб виконувати фінансові зобов'язання перед партнерами.

Розрахунки з покупцями є динамічними, тому вони потребують постійного контролю та впливу управлінського персоналу на всю систему управління підприємством. Ця діяльність нерозривно пов'язана з обробкою великих потоків економічної інформації, що значною мірою залежить від ефективності системи бухгалтерського обліку на підприємстві. Нарешті, нормальне управління та діяльність вимагає надійної та сучасної інформації щодо дебіторської заборгованості, законності та перевірки комерційних операцій.

Тому погашення дебіторської заборгованості в системі розрахунків з клієнтами є одним із ключових завдань при вирішенні проблем, що виникають у процесі повсякденного управління підприємствами, включаючи оптимальне відношення ліквідності до прибутковості.

Аналізуючи економічний зміст та призначення рахунку 36 "Розрахунки з покупцями та замовниками" та аналіз його субрахунків, ми пропонуємо зробити деякі коригування (табл. 3.1).

Одним з недоліків управління боргом є те, що занадто мала кількість підприємств використовує знижки для покупців, а це є один з важливим інструментів для збільшення продажів в сучасних умовах.

Зарубіжний досвід показує, що знижки для покупця, пов'язані з часом погашення боргу, можна розділити на дві групи: знижки, що надаються за валовим методом (gross method) і за чистим методом (net method) [37, 47].

Пропозиції щодо відображення розрахунків з покупцями і замовниками в Інструкції
про застосування Плану рахунків

Шифр та найменування пропонуваного субрахунку	Призначення
361 «Розрахунки з вітчизняними покупцями»	Відображається продажна вартість реалізованої продукції, товарів, виконаних робіт, наданих послуг
362 «Розрахунки з іноземними покупцями»	Те ж, але для іноземних покупців
363 «Розрахунки з вітчизняними замовниками»	Призначений для розрахунків із контрагентом, який попередньо здійснює замовлення активів/послуг, укладає письмовий контракт на їх виготовлення / постачання, і набуває права власності на активи/послуги на умовах, прописаних в контракті»
363.1 «Розрахунки за типовими операціями»	Призначений для Робочого Плану рахунків. Застосовується для розрахунків, оплата за якими передбачена типовими платіжними інструментами
363.2 «Розрахунки за товаро-обмінними операціями»	Призначений для Робочого Плану рахунків. Застосовується для розрахунків, які передбачають обмін подібними та неподібними активами.
363.3 «Розрахунки за операціями з давальницькою сировиною»	Призначений для Робочого Плану рахунків. Застосовується для розрахунків, які передбачають часткове або повне погашення готовою продукцією, виготовленою на підприємстві - контрагенті замовника.
364 «Розрахунки з іноземними замовниками»	Те ж, що і субрахунок 363 тільки з участю іноземного замовника
365 «Розрахунки за гарантійним забезпеченням»	Відображаються розрахунки за гарантійним забезпеченням, пов'язаним зі здійсненням операцій з деривативами
366 «Розрахунки з покупцями за знижками»	Відображається продажна вартість реалізованої продукції, товарів, виконаних робіт, наданих послуг за знижкою

Практика ведення обліку свідчить про відсутність методичних рекомендацій з питання знижок. Відповідно до регламенту, немає необхідності встановлювати знижки окремо. В результаті такого підходу знижки виходять за межі обліково-аналітичної системи та системи контролю компанії.

Інструкція із застосування плану рахунків не містить окремого синтетичного рахунку або субрахунку для обліку знижок, що значно ускладнює систематизацію інформації про такий інструмент. На практиці компанії роблять коригувальний запис на субрахунку 361 «Розрахунки з вітчизняними покупцями» і субрахунків до

рахунку 70 « Доходи від реалізації» [7].

В інструкціях до плану рахунків [7] пропонується використовувати субрахунок 704 "Відрахування від доходу", де дебет повинен відображати суму знижок, наданих клієнтам після дати продажу, вартість продукції та товарів, що повертаються покупця, і позику. бути списаним. Ми вважаємо такий підхід методологічно та логічно помилковим. Зарубіжна практика розділяє поняття "знижки, що застосовуються покупцем", і "втрачені знижки". Тому немає сенсу змішувати їх на одному рахунку.

Знижки, якими користується покупець, повинні бути зазначені у рахунку-фактурі, що сплачується на рахунок 36 "Розрахунки з покупцями та замовниками". Тоді він пояснить оцінку дебіторської заборгованості. Крім того, інформація, зібрана за вказаним рахунком наданих або втрачених знижок, повинна розкриватися в Звіті про фінансові результати (Звіті про сукупний дохід), що стане хорошою основою для аналізу впливу кредитної політики на прибуток або збиток.

Питання відображення розрахунків з покупцями/клієнтами в системі рахунків вимагає вдосконалення існуючих нормативних актів, зокрема Інструкції щодо використання Плану рахунків для обліку активів, капіталу, зобов'язань та господарської діяльності підприємств та організацій. У роботі подано пропозиції щодо відображення бартерних операцій та операцій із сировиною, що підлягає сплаті на субрахунках другого порядку, що має бути відображено в Плані рахунків бухгалтерського обліку підприємств. Обговорювана проблема відсутності методичних рекомендацій дисконтного рахунку, що надається покупцям та споживачам, вимагає введення окремого субрахунку, який відобразатиме надану інформацію.

Реалізація цих пропозицій покращить групування інформації про структуру боргу та полегшить прийняття оптимальних управлінських рішень щодо його регулювання.

3.2. Основні напрями удосконалення системи оподаткування розрахунків з покупцями підприємства

Сучасний стан ринкового середовища в Україні визначається складними процесами економічного розвитку, що вимагають відповідних реформ вітчизняної податкової системи. В даний час відбулися суттєві зміни в податковому та бухгалтерському законодавстві, нормативних актах та рекомендаціях, що стосуються податків, зборів та інших обов'язкових платежів.

Інформацію про податки, збори та обов'язкові збори можна знайти на рахунку 64 «Розрахунки за податками й платежами». Цей рахунок використовується для відображення інформації про внески підприємства із усіх видів бюджетних внесків, включаючи податки на працівників та фінансові санкції, пов'язані з бюджетом доходів. При зарахуванні на рахунок виплати, нараховані до бюджету за рахунок податків, відображаються, а за дебетом - їх платежі та інкасація для погашення з бюджету.

Для відображення податків, зборів та обов'язкові платежі призначені субрахунки на рахунку 64:

641 «Розрахунки за податками»;

642 «Розрахунки за обов'язковими платежами»;

643 «Податкові зобов'язання»;

644 «Податковий кредит» [7].

По кредиту рахунка 641 «Розрахунки за податками» відображається виникнення податкових зобов'язань, а по дебету – сума податкового кредиту і сума фактично перерахованого до бюджету ПДВ. Два інших субрахунки (643 «Податкові зобов'язання», 644 «Податковий кредит») використовуються для корегування податкових зобов'язань і податкового кредиту, в зв'язку з використанням, так званого, правила першої події, при виникненні податкових зобов'язань з ПДВ і правила заключної балансуєчої операції, в деяких випадках – виникнення права на податковий кредит [7].

Оскільки основним податком при розрахунках з клієнтами є податок на

додану вартість. Повнота, своєчасність розрахунків з бюджетом за цим податком, а також уникнення накладення штрафних санкцій на підприємства контролюючими органами залежать від правильності відображення в бухгалтерському обліку сум податкового зобов'язання та податкового кредиту.

Виходячи з цього, ми пропонуємо відкрити аналітичні рахунки 6411 «Розрахунки за податком на додану вартість» (для ведення обліку податку на додану вартість) та 6412 «Розрахунки з податком на додану вартість в системі електронного адміністрування ПДВ» (для відображення суми ПДВ, перерахованої до бюджету Казначейством) з метою контролю за відображенням сум ПДВ (рис. 3.1).



Рис. 3.1. Характеристика аналітичного рахунку 6411 «Розрахунки за податком на додану вартість» до субрахунку 641 «Розрахунки з податками»

У податковому обліку позиція аналітичного обліку - це окрема операція з постачання товарів (робіт, послуг) з окремим підрядником, якому виписується

окрема податкова накладна. Останнє реєструється в Єдиному реєстрі та в реєстрі ПН. Тому аналітичне групування операцій у різних видах бухгалтерського обліку може здійснюватися окремо. Насправді, сьогодні в бухгалтерському обліку та звітності українських підприємств в основному використовується схема паралельної автономної моделі обліку податкового та фінансового ПДВ (рис. 3.2).

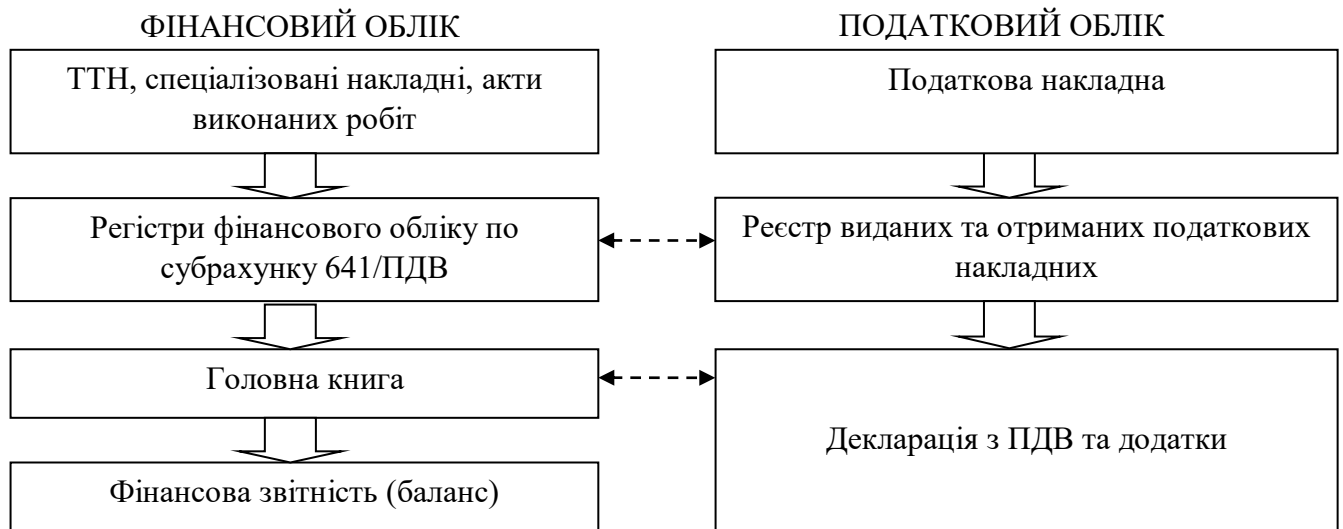


Рис. 3.2. Схема паралельної автономної моделі податкового і фінансового обліку ПДВ

Це означає, що порядок фінансового обліку операцій на субрахунку 6411 «Розрахунки за податком на додану вартість» жодним чином не впливає на показники декларації з ПДВ.

Порядок заповнення та подання декларацій з ПДВ регулюється главою II "Адміністрація податків, зборів, платежів" та главою V "Податок на додану вартість" Податкового кодексу [28]. Декларація заповнюється за результатами зведеного розрахунку з доставкою та придбанням товарів (робіт, послуг). У цьому випадку платник зобов'язаний вести реєстр виданих та отриманих податкових накладних, копія яких надсилається до податкового органу (п. 201.15 Податкового кодексу).

Декларація з податку на додану вартість подається в електронному вигляді всіма платниками податку за умови електронного підпису відповідальних осіб.

Подання в іншій формі можливе лише за умови розірвання договору про

визнання електронних документів. У цьому випадку декларацію можна подати особисто або поштою з накладною та описом вкладення (надсилається не пізніше ніж за 5 днів до граничного терміну).

Форма декларації оновила з 1 січня 2020 року. Декларація з ПДВ складається з:

- самої податкової декларації (вступна частина, службові поля, три розділи);
- 9 додатків;
- уточнюючого розрахунку податкових зобов'язань з ПДВ у зв'язку з виправленням самотійно виявлених помилок;
- розрахунку податкових зобов'язань, нарахованих отримувачем послуг, не зареєстрованим як платник ПДВ, які постачаються нерезидентами [28].

У декларацію з ПДВ повинні бути включені лише додатки, щодо яких заповнені дані з відповідних рядків декларації. Тому, якщо сама декларація містить певний рядок, що містить посилання на додаток, остання повинна бути обов'язковою. В кінці декларації обов'язковими елементами є дата подання електронних повідомлень, ініціали та імена осіб, чий електронні цифрові підписи (ЕЦП) засвідчені автентичністю в декларації. Спочатку ЕЦП застосовується головним бухгалтером, потім керівника, і нарешті посвідчується ЕЦП, що є аналогією печатки (коли печатка використовується компанією) [28].

В цілому, до чинників, які сприяють підвищенню фіскальної ефективності ПДВ в податковій системі, можна віднести такі:

- своєчасність і повнота надходження податку до бюджету, створення відповідних умов, що сприяють повноцінній сплаті ПДВ;
- вдосконалення електронної системи адміністрування ПДВ, забезпечення оптимального співвідношення між надходженням податку та витратами, пов'язаними з його адмініструванням;
- стабільність податкового законодавства й узгодженість нормативно-правових актів як між собою (саме до ПДВ належить найбільше число гармонізованих норм, тобто спрямованість іде на забезпечення відповідності національних податкових систем одна одній, а також цілям Договору);

- боротьба з необґрунтованим розширенням податкового кредиту [52].

На нашу думку, до чинників що, навпаки, сприяють зменшенню фіскальної ефективності ПДВ, належать наступні:

- недосконалість механізму адміністрування ПДВ, що дає можливість приховувати чи ухилятися від сплати ПДВ;

- мінімізація сплати ПДВ, що пов'язано зі штучним формуванням податкового кредиту;

- збереження широкого переліку пільг із ПДВ (незважаючи на те, що їхній перелік є економічно та соціально обґрунтованим, виникає багато питань щодо ефективності використання вивільнених коштів);

- проблема відшкодування ПДВ (створення різноманітних корупційних схем у частині виведення коштів із державного бюджету. До того ж варто зазначити, що з 3 квітня 2017 р. відповідно до постанови КМУ від 25 січня 2017 р. №26 «Про затвердження Порядку ведення Реєстру заяв про повернення суми бюджетного відшкодування ПДВ» Міністерство фінансів України відкрило електронний реєстр відшкодування ПДВ, і значною мірою процедура відшкодування в хронологічному порядку стала більш прозорою та менше корумпованою [25]) [52].

Таким чином, проведене дослідження показує критичну оцінку діючої системи розрахунків з ПДВ, що дозволяє виявити низку проблем, що не відповідають інтересам суб'єктів господарювання. Проблеми стають дедалі гострішими через існуючі тіньові схеми розрахунків, коригувань та механізацій. На організацію розрахунку з ПДВ впливають різні фактори. Перш за все, це часті зміни податкового законодавства, що мають як позитивні, так і негативні наслідки. Більшість з них стосується аналітичного обліку, який пов'язаний зі специфікою бухгалтерського обліку господарських операцій.

Висновки до розділу 3

Питання відображення розрахунків з покупцями/клієнтами в системі рахунків вимагає вдосконалення існуючих нормативних актів, зокрема Інструкції щодо використання Плану рахунків для обліку активів, капіталу, зобов'язань та господарської діяльності підприємств та організацій. У роботі подано пропозиції щодо відображення бартерних операцій та операцій із сировиною, що підлягає сплаті на субрахунках другого порядку, що має бути відображено в Плані рахунків бухгалтерського обліку підприємств. Обговорювана проблема відсутності методичних рекомендацій дисконтного рахунку, що надається покупцям та споживачам, вимагає введення окремого субрахунку, який відображатиме надану інформацію.

Проведене дослідження показує критичну оцінку діючої системи розрахунків з ПДВ, що дозволяє виявити низку проблем, що не відповідають інтересам суб'єктів господарювання. Проблеми стають дедалі гострішими через існуючі тіньові схеми розрахунків, коригувань та механізацій. На організацію розрахунку з ПДВ впливають різні фактори. Перш за все, це часті зміни податкового законодавства, що мають як позитивні, так і негативні наслідки. Більшість з них стосується аналітичного обліку, який пов'язаний зі специфікою бухгалтерського обліку господарських операцій.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі обґрунтовано систему обліку та оподаткування розрахунків з покупцями, що дає можливість зробити наступні висновки:

1. Сучасний стан економіки України характеризується низьким рівнем платоспроможності підприємств, невиконанням ними основних положень фінансової та розрахункової дисципліни. Розрахунок проводиться на основі економічного кругообігу коштів у виробничому процесі і є загальнодоступним визнанням того, що компанія виконала свої зобов'язання та цілі. Перевірка взаємовідносин з розрахунками показала, що правильний вибір способу оплати та їх бронювання є важливим при здійсненні операцій, оскільки це дозволяє підрядникам зменшити витрати та ризик невиконання зобов'язань іншою стороною договору.

2. Поточне фінансове становище підприємств характеризується збільшенням дебіторської заборгованості в структурі їх активів, що призводить до повільнішого обороту платежів. Отже, існує потреба в ефективному управлінні боргом з метою підвищення їх платоспроможності. Одним із найважливіших елементів розширеного відтворення є розрахунки між підприємствами. Вони опосередковують розподіл і перерозподіл суспільного продукту, його перетворення з товарної форми в гроші і навпаки, зміну форм власності.

3. Розрахункові відносини між підприємством та покупцями виникають у процесі господарської діяльності підприємства і, як правило, повинні передувати укладення договорів (контрактів) на купівлю-продаж запасів, контрактів на виконання різних робіт, забезпечення послуг тощо. Надзвичайно важливо мати повну і всебічну, систематичну та правдиву інформацію про розрахунки з покупцями та, загалом, про дебіторську заборгованість, щоб збалансувати її негативні наслідки з об'єктивною економічною необхідністю її існування та використання в економічних відносинах між підприємствами.

4. ПДВ в Україні є основним бюджетоутворюючим податком. На відміну від країн ЄС, де основним доходом є податок на доходи фізичних осіб, в Україні цей податок посідає перше місце за фіскальною вартістю. Існуючий механізм адміністрування ПДВ доводить, що ПДВ не є податком на додану вартість, насправді це податок із загальної вартості товарів, оскільки предметом

оподаткування є вартість товарів.

5. Питання відображення розрахунків з покупцями/клієнтами в системі рахунків вимагає вдосконалення існуючих нормативних актів, зокрема Інструкції щодо використання Плану рахунків для обліку активів, капіталу, зобов'язань та господарської діяльності підприємств та організацій. У роботі подано пропозиції щодо відображення бартерних операцій та операцій із сировиною, що підлягає сплаті на субрахунках другого порядку, що має бути відображено в Плані рахунків бухгалтерського обліку підприємств. Обговорювана проблема відсутності методичних рекомендацій дисконтного рахунку, що надається покупцям та споживачам, вимагає введення окремого субрахунку, який відображатиме надану інформацію.

6. Проведене дослідження показує критичну оцінку діючої системи розрахунків з ПДВ, що дозволяє виявити низку проблем, що не відповідають інтересам суб'єктів господарювання. Проблеми стають дедалі гострішими через існуючі тіньові схеми розрахунків, коригувань та механізацій. На організацію розрахунку з ПДВ впливають різні фактори. Перш за все, це часті зміни податкового законодавства, що мають як позитивні, так і негативні наслідки. Більшість з них стосується аналітичного обліку, який пов'язаний зі специфікою бухгалтерського обліку господарських операцій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Береза С.Л. Класифікація дебіторської заборгованості: нові підходи. *Вісник ЖІТІ*. 2001. № 14. С. 54-61.
2. Білик М.Д. Управління дебіторською заборгованістю підприємств // *Фінанси України*. 2003. № 12. С. 24–36.
3. Білобровенко Т. В. Додана вартість як об'єкт оподаткування податком на додану вартість. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2018. Вип. 20(1). С. 51-55.
4. Бутинець Ф. Ф., Горецька Л. Л. Бухгалтерський облік у зарубіжних країнах: навчальний посібник. Житомир: ПП «Рута», 2002. 544 с.
5. Власова І.О. Облік розрахунків з дебіторами та кредиторами: Дис... канд. екон. наук / І.О. Власова; Нац. аграр. ун-т. К., 2005. 193с.
6. Економічна енциклопедія: Утръох томах. Т.1 / Редкол.: ... С.В.Мочерний (відп. ред.) та ін. К.: Видавничий центр „Академія”, 2000. 864с.
7. Інструкція про застосування плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: затверджена наказом Міністерства фінансів України від 30.11.99 №29 URL: <http://zakon2.ra da.gov.ua/laws/show/z089399>
8. Кияшко О.М. Облік та аналіз дебіторської заборгованості в системі управління підприємством: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.09 / О. М. Кияшко; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. К., 2011. 21 с.
9. Колеснікова О.М. Проблемні питання обліку резерву сумнівних боргів в контексті Податкового кодексу України // *Ефективна економіка* URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/index.php?Operation=1&iid=772>
10. Кручак, Л. Облік розрахунків з покупцями і замовниками: напрями реформування та вдосконалення методики. *Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації : міжнар. зб. наук. пр. 2016. Вип. 4. С. 27-35.*
11. Любар О. О. Облікове забезпечення управління розрахунками з контрагентами за товарними операціями. *Агросвіт*. 2020. № 1. С. 48-60.

12. Максименко І.Я., Васильченко Е.В. Особливості бухгалтерського обліку та оподаткування товарів через інтернет-торгівлю. *Молодий вчений*. 2018. № 9. С.253-256.
13. Максименко І.Я., Іванченко А.Г. Особливості визначення та класифікація запасів в процесі управління підприємством. *Zbiór artykułów naukowych recenzowanych*. 2019. № 19. С. 22-23.
14. Матюха В. І., Мисака Г. В. Бухгалтерський облік розрахунків підприємства за товарними операціями. *Молодий вчений*. 2018. № 1(2). С. 933-936.
15. Методичні рекомендації по застосуванню реєстрів бухгалтерського обліку: Наказ Мінфін України від 29.12.2000 № 356. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0356201-00#Text>
16. Міжнародний стандарт фінансової звітності (МСФЗ) 15 "Виручка по договорах з клієнтами" (2014) URL: <http://www.iasplus.com/en/standards/ifrs/ifrs15>
17. Мороз Ю. Ю. Облік податкових платежів підприємства. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*. 2013. Вип. 1. С. 196-207
18. Москалюк Г.О. Облік та контроль дебіторської заборгованості: існуючі проблеми та шляхи їх вирішення // *Вісник Національного університету "Львівська політехніка"*. №721 2012. С. 173-178.
19. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» : Наказ Мінфіна України від 07 лютого 2013 р. № 73 URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>
20. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість», затв. Наказом Міністерства фінансів України від 08.10.99 р. № 237 URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0725-99>
21. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід» Затверджено наказом Міністерства фінансів України від 31 грудня 1999 р. URL: <http://www.rada.gov.ua>
22. Непочатова В. С. Внутрішній контроль розрахунків з покупцями та замовниками. *Молодий вчений*. 2016. № 3. С. 134-138
23. Норинчак Н.І. Суть розрахунків та їх форми у сфері аграрної економіки. *Стратегічні напрями і пріоритети формування конкурентоспроможності аграрного сектора: матеріали II конференції молодих вчених-економістів, 23–24*

листопада 2011 р. Житомир: Вид-во «Житомирський національний агроекологічний університет», 2012. С. 285 –287.

24. Остапенко Н.В. Реструктуризація заборгованості як засіб підвищення ефективності діяльності підприємств харчової промисловості: автореф. дис. канд. екон. наук : 08.00.04 / Н.В. Остапенко; Нац. ун-т харч. технол. К., 2010. 22 с.

25. Офіційний портал Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws>

26. Офіційний сайт Державного комітету статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

27. Пархоменко, В.М. Розрахунки з покупцями та замовниками: обліковий аспект. *Економічні науки*, 2010. № 3 (61), 142–145.

28. Податковий кодекс України від 02 грудня 2010 р. № 2755-VI. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

29. Поддєрьогін А. М. Податок на додану вартість та його вплив на діяльність суб'єктів підприємництва. *Фінанси України*. 2010. № 5. С. 48-57.

30. Подолянчук О. А. Облікове забезпечення розрахунків з податку на додану вартість. http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2020/78.pdf

31. Приходько І. П. Розрахунки з покупцями та замовниками в аграрних підприємствах: аспекти фінансового обліку. *Інвестиції: практика та досвід*. 2013. № 8. С. 64-66.

32. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16 липня 1999 р. № 996-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14>

33. Рогозний С.В. 5 кроків обліку виручки або як визначати дохід за новим ... визначати-дохід-за-новим-МСФЗ-15. URL: <https://www.hlb.com.ua/wp-content/uploads/2019/09/5-кроків-обліку-виручки-або-як-визначати-дохід-за-новим-МСФЗ-15.pdf>

34. Семенда Д. К., Семенда О. В. Дослідження поведінки споживачів в сучасних ринкових умовах. *Молодий вчений*. 2018. № 1(1). С. 535-540.

35. Сливка Я. В. Актуальні питання щодо обліку розрахунків з покупцями та замовниками: систематизація поглядів. *Вісник ЖДТУ*. 2010. №2. С.178-182.

36. Соколовська А.М., Райнова Л.Б. Податок на додану вартість: підходи до реформування в Україні та Євросоюзі. *Економіка та держава*. 2020. С. 43-48

37. Супрунова І. В. Особливості організації бухгалтерського обліку дебіторської заборгованості. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*. 2012. Вип 2 (23). С. 357–360.

38. Ткаченко Н. М. Бухгалтерський фінансовий облік, оподаткування і звітність: підручник; 5-е вид., доп. і перероб. Київ : Алерта, 2011. 976 с.

39. Товкун Л. В. Місце податку на додану вартість в податковій системі України. *Юридичний науковий електронний журнал : електрон. наук. фах. вид.* 2018. №4. С. 112–114.

40. Фоміна О.В. Облік і аудит в управлінні продажами товарів: автореф. дис... канд. екон. наук ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. К., 2008. 21 с.

41. Цал-Цалко Ю. С. Управлінський облік [Текст]: Підручник / Ю. С. Цал-Цалко, Ю. Ю. Мороз., Н. І. Цегельник. Житомир: ПП “Рута”, 2015. 632 с.

42. Цал-Цалко Ю. С. Фінансовий аналіз: Підручник / Ю. С. Цал-Цалко, Ю. Ю. Мороз., Л. А. Суліменко. Вид. 5-є, доповнене. Житомир: ЖОО ГО “Спілка економістів України”, 2012. 609 с.

43. Цегельник Н.І. Бухгалтерський облік розрахунків з покупцями та замовниками: організація та методика. Автореф. дис... канд. екон. наук за спец.08.00.09 – бухгалтерський облік, аналіз та аудит (за видами економічної діяльності). Житомир. ЖДТУ, 2019. 23 с.

44. Цегельник Н.І. Розрахунки сільськогосподарських підприємств з покупцями і населенням: оптимальні форми, облікові аспекти. *Облік і фінанси АПК*. 2012. № 3 С. 76-81.

45. Циган Р. М., Воробйов І. С. Особливості обліку та визнання виручки за контрактами з клієнтами згідно з міжнародними стандартами фінансової звітності. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 24. С. 113-115.

46. Чернецька О. В., Павлова Г.Є. Проблеми облікового забезпечення антикризового управління дебіторською заборгованістю та напрямки їх вирішення в сільськогосподарських підприємствах. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=718>

47. Чим відрізняється споживач від покупця: в чому різниця? URL: http://proffuriya.xyz/biznes-kar-era-upravlinnja-finasih/keruvannja-biznesom/471-chim-vi-driznjaetsja-spozhivach-vid-pokupcja.html#%D1%81_menu

48. Шапошников, А. А., Куликова И. В. Совершенствование методики бухгалтерського учёта скидок на предприятии. *Вестник Алтайского государственного аграрного университета*. 2009. № 2. С. 76-80.

49. Шкарупа О.В., Романченко А.В. Аналіз проблем та напрямків удосконалення системи оподаткування в Україні // *Механізм регулювання економіки*, 2010. № 1. С. 185– 191

50. Шот А., Платонова Ю. Проблеми та напрями вдосконалення обліку розрахунків за податком на додану вартість на підприємствах України. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2018. № 2. С. 151-160

51. Юридический энциклопедический словарь. Ред. кол.: Сухарев А.Я. (гл. ред.) и др. – М.: Сов. энциклопедия, 1984. – 415с

52. Гаврилева А.С. Особливості пдв та шляхи удосконалення його справляння в Україні // *Облік, аналіз і контроль в стратегії розвитку економіки України: матеріали О-17 VI Міжнар. наук.-практ. конф. (25 квітня 2020 р)*. / відп. ред. В.В. Чудовець. Вип. 13. Ч. 1. Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2020. С. 76-79

Додатки