

ОБЛІК ТОРГОВОЇ НАЦІНКИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ УПРАВЛІННЯ ТОРГІВЕЛЬНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

(Представлено д.е.н., проф. Мороз Ю.Ю.)

В статті автор зосереджує увагу на ролі товарів в процесі життєдіяльності підприємства. Висвітлено особливості розрахунку та ведення обліку торговельної націнки. Внесено пропозиції щодо вдосконалення облікового забезпечення торговельної націнки з метою формування достовірної інформації про товарообіг для прийняття управлінських рішень.

Ключові слова: товар, товарні операції, торгова націнка.

Постановка проблеми. Для сучасного періоду розвитку економіки України характерним є суттєве розширення торговельної галузі, де спостерігається посилення конкуренції на ринку товарів, що пропонуються для продажу, ускладнення господарських зв'язків між торговельними підприємствами, їх контрагентами та споживачами, поява ефективних методів активізації продажу товарів. В таких умовах управління господарською діяльністю суб'єктами торговельного сектору вимагає удосконаленого інформаційно-методичного забезпечення підтримки управлінських рішень системою бухгалтерського обліку й контролю.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Проблеми обліку торгової націнки, що виникають на практиці, розглядаються багатьма вченими, такими як Білуха М. Т., Бутинець Ф.Ф., Кіндрацька Л.М., Павлюк І.М. та іншими, але досі недостатньо уваги приділялось питанням відображення в обліку торгової націнок на підприємствах із торговельною діяльністю, де поєднується оптова та роздрібна торгівля.

Метою статті є дослідження теоретичних положень і розробка практичних рекомендацій щодо вдосконалення організації обліку торговельної націнки на підприємствах торгівлі, розширення функціональних можливостей системи автоматизованого обліку.

Викладення основного матеріалу. Товари – це одні з ліквідних активів, які є важливим елементом ринкової економіки, оскільки ефективність їх використання сприятиме платоспроможності підприємства. Функціонування підприємств у ринкових умовах передбачає безперервний рух товарів, тому їх слід розглядати як основний ресурс діяльності підприємств. Товари, які перебувають в постійному русі забезпечують операційну діяльність підприємства, від якої залежить життєздатність підприємства.

Особливістю підприємств, які займаються торгівлею слугує те, що вони, як правило, ведуть облік товарів продажу за цінами, за якими будуть продані товари безпосереднім споживачам, що дуже зручно для організації обліку матеріальної відповідальності, торгових працівників (тобто продавців). Це передбачає необхідність при оприбуткуванні товару від постачальника та передачі його під звіт

продавцю, в торговий зал, визначити і відобразити в обліку відповідну суму націнки на товар.

Відповідно до Закону України «Про ціни і ціноутворення», «торгівельна надбавка (націнка) – це сума витрат суб'єкта господарювання, що пов'язані з обігом товару та здійснюються в процесі його продажу (реалізації) у роздрібній торгівлі та прибутку» [4]. Існує й таке трактування торгової націнки як частини вартості товарів, яка призначена для відшкодування торговому підприємству витрат з реалізації та утворення певного рівня рентабельності [3]. Торгова націнка може містити: суму адміністративних, загальновиrobничих, інших операційних та інших витрат; норму прибутку, який підприємство очікує отримати від реалізації товару, а також суму ПДВ, що відноситься до купівельної вартості товарів.

Торгова націнка – це різниця між продажною та купівельною (первинною) вартістю товару, отже між вартістю товару за ціною продажу та його собівартістю. До складу торговельної націнки часто включають суму ПДВ, що стягується з покупця, що є наслідком неправильного трактування нормативно-правових документів. Адже, ні Податковий кодекс України, ні П(С)БО 9 «Запаси» не включають ПДВ, що стягується з покупців, до поняття ціни і вартості товарів. При реалізації товарів у роздрібній торгівлі база оподаткування відповідно до пп. 188.1 ст. 188 Податкового кодексом України є їхні договірні (контрактні) ціни, але не нижчі за звичайні ціни з додатковим нарахуванням податку на додану вартість. Податок на додану вартість (як і інші непрямі податки) не може бути включений до вартості товару, поки не виникнуть податкові зобов'язання. Ціна з урахуванням ПДВ у касовому чеку, рахунок-фактура або податкова накладна, де окремим рядком вказана вартість товару (без ПДВ) та сума ПДВ до вартості.

Загалом, торгову націнку можна розрахувати трьома методами. За першим методом розрахунок проводиться на підставі даних бухгалтерського обліку за попередній період. Цей метод є доцільним тільки для підприємств, які торгують одним видом товарів. Однак, якщо належним чином налагодити аналітичний облік, то його дані можна використовувати для встановлення торгової націнки за зазначеним методом й для підприємств з більш широкою номенклатурою товарів. Другий метод передбачає встановлення торгової націнки на товари на підставі таких показників, як, наприклад, бренд, мода, рівень обслуговування клієнта, місцезнаходження магазину тощо. Третій метод ґрунтується на визначенні рівня поточних цін, тобто проведенні маркетингового дослідження. За ним підприємство має вивчити ціни на аналогічні товари в конкурентів і зробити висновок про необхідний рівень торгової націнки та взагалі доцільність торгівлі таким товаром. Цей метод передбачає понесення підприємством додаткових витрат на проведення аналізу цін на ринку та тривалих маркетингових досліджень, що знижує привабливість застосування його торговельних підприємств.

Фактичне нарахування торгової націнки на товари відбувається під час оприбуткування товарів на склад. Зручним при цьому є ведення на підприємстві щомісячного товарного звіту задля контролю за своєчасним оприбуткуванням товарно-матеріальних цінностей, у якому бухгалтер має вести оперативний облік товарів, які надійшли. Крім реєстрації в хронологічній послідовності товарів, які надходять на підприємство, в прибуткову частину місячного звіту заносяться суми, які збільшують запаси товарів, їх залишок по підприємству. Для документального

підтвердження розміру торгової націнки підприємству доцільно складати реєстр роздрібних цін. Цей документ буде виступати первинним документом на підставі якого буде здійснюватися нарахування націнки. Встановленої форми для цього виду документу немає і кожне підприємство може складати його в довільній, зручній для себе формі.

Сума торговельної націнки, що припадає на реалізований товар, розраховується з використанням середнього відсотка торгових націнок за формулою:

$$ТН_{пр} = ПВ * \%ТН$$

$$\%ТН = (Зпоч\ тн + ТН_{міс}) / (Зал\ тов + ПВ_{міс}),$$

де $ТН_{пр}$ – сума торгової націнки, що припадає на проданий товар; $ПВ$ – продажна (роздрібна) вартість; $\%ТН$ – відсоток торгової націнки; $Зпоч\ тн$ – залишок торгових націнок на початок місяця; $ТН_{міс}$ – торгова націнка за місяць; $Зал\ тов$ – продажна (роздрібна) вартість залишку товарів на початок місяця; $ПВ_{міс}$ – продажна (роздрібна) вартість отриманих у звітному періоді товарів.

Облік торгової націнки на торговельних підприємствах здійснюють на рахунку 28 «Товари», субрахунок 285 «Торгова націнка». На субрахунку 285 «Торгова націнка» торговельні підприємства під час ведення обліку товарів за продажними цінами відображають торгові націнки на товари, тобто різницю між купівельною і продажною (роздрібною) вартістю товарів. За кредитом 285 відображається збільшення суми торгових націнок, за дебетом 285 – їх зменшення (списання).

Варто погодитись з думкою І. Павлюка, що об'єднання на 28 рахунку «Товари» активних та пасивних (контрактивних) субрахунків є нерациональним. Павлюк підкреслює, що одночасне існування пасивного 285 субрахунку та активних 281, 282, 283, 284, 286 рахунків суперечить методології обліку. Це пов'язано з тим, що сальдо кінцеве 28 рахунку не відображає суму торговельної націнки і продажної вартості товару, а лише їх купівельну вартість. Вчений запропонував ввести синтетичний рахунок 29 «Торгова націнка», на якому буде обліковуватись торговельна націнка роздрібних, оптових, підприємств та підприємств ресторанного господарства [1].

В сучасних програмах, які можуть проводити бухгалтерський облік на досить достойному рівні, наприклад саме таких як, «Акцент», «Парус», та звісно «1С» поетапне вбивання інформації про саме підприємство та його господарські операції в базу програми, порядок отримання звітів про стан, динаміку торговельної націнки є не зовсім зручним.

Особливістю всіх вищезазначених програм є, те що самі данні про торговельну націнку при надходженні товару та його реалізації враховується до складу вартості товарів, що не протиставляється правилам обліку. Таким чином, розмір торговельної націнки вираховується різницею між покупною вартістю, та ціною реалізації (тобто оптовою, де не враховується торговельна націнка, або роздрібною).

Кожна з цих комп'ютерних програм самостійно вираховує таку різницю і відносить її на рахунок 285 «Торговельна націнка». Зрозумілим буде і те що, при проведенні даного документу всі ці програми надають можливість вносити відповідні корегування до показників торговельних націнок, а також підібрати ті рахунки які

необхідні згідно з методикою проведення облікових операцій, якщо програма не може це зробити самостійно.

Але у ситуації, яка складається, взагалі постає питання про необхідність застосування рахунку, для обліку торгівельних націнок. Саме тому, було б правильно для кожної програми, яка займається бухгалтерським обліком розробити відповідний комплекс команд за допомогою яких людина яка користується , цією програмою могла би визначати суми (відсотки) торгівельної націнки на конкретну групу товарів, або на кожну одиницю товару окремо. Таким чином, бухгалтер зможе не тільки проводити контроль за рівнем торгівельної націнки, при відповідних коштах, але й отримувати звіти, про стан торгівельних націнок для відповідних груп товарів.

Висновки. Правильне відображення на бухгалтерських рахунках торгової націнки на товари роздрібної та оптової торгівлі має важливе значення для забезпечення своєчасного та точного виявлення фактичної собівартості реалізованих товарів, та їх залишок, а також визначення та відображення в бухгалтерському обліку фінансових результатів торгової діяльності.

Список використаної літератури:

1. Павлюк І. Проблеми бухгалтерського обліку торгової націнки і шляхи їх вирішення / І. Павлюк // Бухгалтерський облік і аудит. – 2008. – № 2. – С. 15-25.
2. Шатун О. Як начислити торгову націнку / О. Шатун // Все про бухгалтерський облік. – 2003. – № 83. – С. 20-22.
3. Куцик П. О. Бухгалтерський облік у торгівлі та ресторанному господарстві: навч. посіб. / П. О. Куцик, Л. І. Коваль, Ф. Ф. Макаrchук. – Львів: Магнолія-2006, 2010. – 594 с.
4. Про ціни та ціноутворення: Закон України від 21.06.2012 № 5007-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5007-17>.

References:

1. Pavlyuk, I. (2008), "Problems of Accounting trade margin and Solutions", *Bukhhalters'kyj oblik i audit*, vol. 2, pp. 15–25
2. Crank, A. (2003), As nachyslyty retail margin, "Vse pro bukhhalters'kyj oblik", vol. 83, pp. 20–22.
3. Kutsyk, P. A. (2010), *Bukhhalters'kyj oblik u torhivli ta restorannomu hospodarstvi* [Accounting trade and restaurant busines], Mahnoliia-2006, L'viv, Ukraine.
4. The Verkhovna Rada of Ukraine (2012), The Law of Ukraine " On prices and pricing", available at: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5007-17>. (Accessed 29 October 2016).

БАРИШПОЛЕЦЬ Вікторія Валеріївна – магістр Житомирського національного агроекологічного університету, спеціальність «Облік і оподаткування».

Наукові інтереси:

- обліково-методичні аспекти бухгалтерського обліку руху товарів