

**Удосконалення облікової системи доходів підприємства в аспекті
відображення наданих знижок**

Добрунік Тетяна Пилипівна

кандидат економічних наук

доцент кафедри економіки, організації та обліку в АПК

Одеський національний економічний університет

В сучасних умовах трансформаційних змін ринкової економіки для забезпечення економічної стабільності функціонування суб'єктів підприємницької діяльності важливе значення набуває достовірність формування облікової інформації щодо отриманих ними доходів в результаті фінансово-господарської діяльності. Бухгалтерський облік є особливо важливою функцією ефективного управління, знярядям контролю за раціональним і економічним використанням ресурсів з метою досягнення комерційного успіху.

Метою функціонування підприємницьких структур будь-якої сфери діяльності є отримання прибутку. А відтак забезпечення високоефективної діяльності та прибутковості підприємства значною мірою залежить від рівня управління його доходами та витратами як основними складовими формування фінансових результатів. Тому актуалізується проблема організації високоефективної системи обліково-аналітичного забезпечення формування доходів діяльності підприємства, яка буде сприяти надходженню та обробці якісної інформації для потреб управління і пошуку на цій основі способів підвищення і зміцнення прибутковості підприємства.

Питанням організації обліку доходів присвячені праці вітчизняних науковців та практиків, а саме їх розглядали: Ф. Ф. Бутинець, М.Т. Білуха, В.В. Сопко, Н.М. Грабова, В.В. Полянко, І. Й. Яремка та інші. Але, враховуючи зміни законодавства та інформаційних потреб, окремі аспекти потребують постійної уваги науковців і практиків. Зокрема, питання

формування доходів основної діяльності в аспекті надання знижок, їх класифікації та відображення в обліку.

Підприємницькі структури економічної сфери в процесі своєї діяльності стають учасниками конкурентної боротьби за споживача і можливість їх виживання залежить від здатності ефективно та в комплексі використовувати усі свої переваги над конкурентами. Але сьогодні є таким, що підприємства стикаються з проблемами, серед яких нестача обігових коштів, обмеження фінансування підприємницької діяльності позиковими коштами, високі ставки податків та розширення бази оподаткування, недосконалість системи управління підприємством, в т.ч. управління фінансовим результатом. В сучасних умовах при формуванні прибутку, як основного джерела фінансування власної діяльності, знижки є важливим інструментом в управлінні підприємства, які:

- прискорюють обіг оборотних коштів;
- зменшують ризик неплатежів контрагентів;
- збільшують доход підприємства від продажу неліквідних товарів, послуг;
- забезпечують конкурентні переваги підприємству.

Наявність оперативної інформації стосовно наданих знижок забезпечує своєчасні управлінські рішення. Відображення облікової інформації про доходи та надані знижки часто буває некоректно оформленим, що зумовлює викривлення реальних даних, і, як наслідок, прийняття неефективних рішень. При цьому важлива правильна класифікації наданих знижок.

Так, Ф. Ф. Бутинець пропонує таку класифікацію знижок:

- 1) знижки за кількість товару, що купується, надається покупцю, який закупив обумовлену положенням про знижки партію товару;
- 2) передсвяткові знижки надаються покупцям у випадку закупівлі товарів у передсвяткові та святкові дні;
- 3) сезонні знижки надаються покупцям у разі сезонного розпродажу товарів, а також у випадку сезонних закупівель товарів покупцями;

4) знижка за придбання товару понад обумовлену суму надається покупцю у випадку, якщо сума купівлі її перевищує обумовлену суму;

5) спеціальні знижки надаються покупцям, у яких продавець найбільш зацікавлений;

6) конфіденційні знижки надаються на підставі усної домовленості між сторонами;

7) бонусні знижки надаються постійним покупцям, якщо вони за певний період часу закупають обумовлену кількість товарів;

8) знижки сконто надаються покупцю у випадку оплати вартості товару до настання строку платежу [1].

На думку Грабової Н.М., для цілей бухгалтерського обліку, розглядають класифікацію знижок залежно від моменту реалізації продукції та надання знижки до чи після реалізації. При цьому надана знижка до моменту реалізації в обліку формування доходів не відображається [2].

При удосконаленні облікового забезпечення формування доходів на підприємстві доцільно, перш за все, класифікувати знижки за видами:

- знижки, які надаються до реалізації товару;
- знижки, які надаються після реалізації товару.

Знижки, які надаються до продажу товарів, в свою чергу, слід поділяти на ті, що надаються при розпродажі сезонних, неліквідних товарів, та ті, що надаються контрагентам при виконанні певних договірних умов, як наприклад, обсяг придбання, термін співпраці тощо.

Знижки, що надаються після реалізації товару, знаходять своє відображення в обліку внаслідок виконання термінів прискореної оплати. Такі знижки впроваджуються тоді, коли підприємство стимулює своїх покупців за рахунок дострокових розрахунків за товари, що сприяє оборотності обігових коштів та запобігає виникненню простроченої заборгованості.

Така градація є важливою для управлінців і потребує облікового відображення, яке забезпечується коректністю використання відповідних рахунків бухгалтерського обліку та відкриттям аналітичних рахунків.

Згідно з Інструкцією про застосування плану рахунків бухгалтерського обліку за дебетом субрахунку 704 «Вирахування із доходу» відображаються знижки, надані після дати реалізації, а також операції з повернення товарів, що ускладнює аналіз по підприємству. Знижки, які надаються до реалізації неможливо обліковувати на субрахунку 704 «Вирахування із доходу» [3].

Згідно методології бухгалтерського обліку, знижки надані до дати реалізації обліковуються за двома напрямками:

- в межах торгової націнки на субрахунку 285 «Торгова націнка»;
- в розмірі, що перевищує торгову націнку на субрахунку 946 «Втрати від знецінення запасів».

В аспекті достовірності обліку таке відображення є цілком логічним і правильним, однак унеможлиблює надання оперативної аналітичної інформації стосовно обсягів і видів наданих знижок. Тому пропонуємо ввести субрахунки, на яких доцільно відображати надані знижки (табл. 1).

Таблиця 1

Рекомендовані субрахунки та кореспонденція рахунків для деталізації інформації при відображенні наданих знижок

№ з/п	Код субрахунку	Назва субрахунку	Кореспонденція рахунків	
			Дебет	Кредит
1.	2851	Сезонні знижки, в межах торгової націнки	2851	282
2.	2852	Знижки в межах торгової націнки, надані певним контрагентам	2852	282
3.	9461	Витрати у вигляді знижок сезонних за межами торгової націнки	9461	282
4.	9462	Витрати у вигляді знижок, наданих певним контрагентам за межами торгової націнки	9462	282
5.	7041	Вирахування з доходу від наданих знижок	7041	361
6.	7042	Вирахування з доходу від повернення товару	7042	361

Деталізація субрахунків дозволить швидко отримувати дані за будь-який період та використовувати їх для оцінки ефекту від наданих знижок, а також посилить контроль за прийнятими рішеннями менеджерами середньої ланки з метою запобігання шахрайства.

Слід зауважити, що велика кількість проблем обліку доходів підприємства створює передумови для зменшення рівня контрольної системи в цілому. Одним із напрямків в системі комплексу вирішення зазначеної проблеми є створення на підприємстві деталізації обліково-інформаційного забезпечення, що дозволить забезпечити ефективність і якість обліково – контрольної системи підприємства в цілому.

Отже, удосконалення обліково-аналітичного забезпечення формування доходів підприємства в аспекті деталізації інформації про види і обсяги наданих знижок є необхідним напрямком як в обліковій системі, так і в системі управління підприємства в цілому, що в свою чергу створює сприятливі умови для розвитку і підвищення прибутковості підприємств. Визначення основних чинників та вирішення проблемних питань формування доходів та фінансових результатів багато в чому вплине на зміцнення економічного стану підприємства.

Список використаних джерел

1. Бутинець Ф. Ф. Бухгалтерський облік в торгівлі : підручник для студ. вузів спец. 7.050106 "Облік і аудит" / Ф. Ф. Бутинець, Н. М. Малюга. – 2-ге вид. перероб. і доп. – Житомир : ПП "Рута", 2010. – 576 с.

2. Грабова Н. М. Бухгалтерський облік у торгівлі : навч. посібн. / Н. М. Грабова, В. М. Добровський. – К. : А. С. К., 2011. – 800 с.

3. Інструкція „Про затвердження плану рахунків бухгалтерського обліку та Інструкції з його застосування" Наказ МФУ від 30.11.99. №291 (із змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua /laws/show/z0893-99>.