

ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ТА НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ РУХУ ТОВАРІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У ринковій економіці України підприємства функціонують в жорстких умовах конкурентного середовища, тому вони повинні докладати максимум зусиль для втримання своїх позицій. Це зумовлює необхідність у раціональній побудові системи обліку товарів на підприємстві. Метою ведення обліку операцій з продажу є інформаційне забезпечення управління про отримані доходи та втрачені можливості торговельного підприємства; формування фінансових результатів, оцінювання доцільності та ефективності передбачених заходів з активізації продажу, забезпечення можливості планувати збільшення величини доходів, контроль за операціями з продажу товарів.

Висвітленням питань, пов'язаних з обліком реалізації товарів та визначенням фінансових результатів, займалися вітчизняні та зарубіжні економісти. Найбільшу увагу даним проблемам бухгалтерського обліку приділяли вітчизняні вчені: Ф.Ф.Бутинць, А.М. Герасимович, С.Ф. Голов, В.І. Єфименко, І.В. Жиглей, М.В.Кужельний, В.Г. Линник, В.М. Мурашко, В.М. Пархоменко, Л.К. Сук, В.Я.Савченко, В.В. Сопко та ін., а також зарубіжні вчені: П.С. Безруких, Д. Блейк, Б.Нідлза, В.Ф. Палій, Я.В. Соколов, Е.С. Хендерксен, Ч.Т. Хонгрэн.

Основною вимогою до обліку товарів є інформаційне забезпечення всіх видів діяльності, пов'язаних з наявністю та рухом товарів. Забезпечення торгівлі товарами виконують різні служби (відділи маркетингу, плановий, бухгалтерія тощо). Комплексний облік охоплює всі процедури руху товарів та їх зберігання – починаючи зі складання замовлень на товари та надходження на підприємство і закінчуючи їхнім споживанням. Ефективність використання товарних потоків у торгівлі значною мірою залежать від рівня організації та методики їхнього обліку та контролю [1, с. 230].

Головним недоліком існуючої системи управління продажами на торговельному підприємстві є її неоперативність. Закриття рахунків, визначення витрат обігу, фінансового результату здійснюється бухгалтерією торговельного підприємства, як правило, до кінця наступного місяця. Відповідно, управління поточною діяльністю підприємства здійснюється тільки на підставі даних про обсяги продажів та інформації про суму отриманого виторгу в касу магазину, що змушує розраховувати прибуток інтуїтивно. Тому виникає об'єктивна необхідність у підвищенні оперативності обліку з урахуванням нестандартних ситуацій на підприємстві, пов'язаних із кампаніями, спрямованими на підвищення рівня продажу товарів, що потребує створення нових внутрішніх форм обліку. Так, облік продажу товарів за видами знижок, розпродажем, іншими активізаційними заходами і продаж товарів за дисконтними картками для цілей управління продажами товарів варто відокремлювати, фіксує дані у Відомості щоденного обліку продажу товарів за активізаційними заходами, застосування якої разом із Журналом обліку прибутковості товарів є ефективним аналітичним забезпеченням у прийнятті керівництвом торговельного підприємства оперативних управлінських рішень щодо продажу товарів [2, с. 55].

Розглядаючи особливості синтетичного узагальнення й аналітичної деталізації облікових даних, варто звернути увагу на те, що в бухгалтерському обліку відображаються не всі, а тільки найбільш суттєві сторони процесу продажу, які прийнято розглядати як окремі економічні категорії: кількість реалізованих товарів, собівартість реалізації, сума виручки й доходи, обігові витрати та затрати, прибуток та збиток. Решта

понять та категорій можуть бути віднесені до об'єктів обліку за умови їх потенційної корисності для споживачів облікової інформації [3, с. 29].

Чинна методика обліку операцій продажу товарів не передбачає можливості цілісного відображення цього процесу, а проблема аналітичної деталізації показників продажу залишається актуальною. Аналітичний облік операцій з продажу товарів у системі управління має забезпечувати відображення інформації щодо отриманих доходів, здійснених витрат і фінансових результатів за кожним видом реалізованого товару, у розрізі товарних груп, брендів компаній та/або постачальників, місць реалізації. Оскільки в нинішніх умовах підприємство самостійно визначає асортиментну, маркетингову та цінову політику, то аналітичні рахунки будуть відкриватися залежно від інформаційних потреб для прийняття рішень за вищезгаданими проблемами. Слід зазначити, що сучасна практика аналітичної деталізації обліку доходів і фінансових результатів діяльності торговельного підприємства з продажу товарів не задовольняє інформаційних потреб користувачів, тому потребує вдосконалення. Аналітичний облік має бути більш змістовним, достатнім і відповідати своєму змісту - забезпечувати можливість оперативного аналізу отриманих від продажу товарів доходів і бути зручною та надійною базою для прийняття ефективних рішень в управлінні продажами товарів [4].

Ще одне питання, яке потребує розгляду та вдосконалення стосується правильності списання собівартості реалізованих товарів роздрібними підприємствами торгівлі. До продажно (роздрібно) ціни товарів входять, крім первісної вартості товарів, суми податку на додану вартість, сплачені постачальникам, та суми торгової націнки на покриття витрат і отримання доходу від торгівлі.

Товари повинні списуватися з кредиту рахунка 28 «Товари» в дебет рахунка 902 «Собівартість реалізованих товарів» за фактичною собівартістю. Фактична собівартість реалізованих товарів визначається як різниця між продажною (роздрібною) вартістю реалізованих товарів і сумою торгової націнки, яка за розрахунком до них відноситься. Об'єднання на рахунку 28 «Товари» активних субрахунків для обліку товарів і тари з контрактивним пасивним регулюючим субрахунком 285 «Торгова націнка» призводить до плутанини в бухгалтерських записах товарних операцій. У зв'язку з вищевикладеним доцільно було б фактичну собівартість реалізованих товарів визначати не на рахунку 28 «Товари», а на субрахунку 902 «Собівартість реалізованих товарів», який по економічному змісту для цього й призначено. Виходячи з цього, суму торгової націнки, яка відноситься по розрахунку до реалізованих товарів, доцільно списувати так: Д-т 285 К-т 902 – на зменшення продажно вартості реалізованих товарів або способом сторно: Д-т 902, К-т 285 – на зменшення дебетового обороту субрахунку 902, де врахована продажна вартість товарів [5, с. 251].

Для обліку товарів у методичних рекомендаціях пропонується Журнал 5 або 5 А і Відомість 5.1 обліку руху запасів. Однак, аналіз практичної діяльності підприємств засвідчує, що переважна більшість з них узагальнюють інформацію з первинної документації на бланках «пустографках» довільної форми, оскільки ведення журналу 5 або 5А та відомості 5.1 є занадто складним, а зазначені регістри надмірно громіздкі. Для їх складання в практиці використовується цілий ряд додаткових вибірок і розрахунків та заповнення аналітичного обліку запасів у відомості 5.1. Однак, інформацію синтетичного обліку необхідно опрацювати та узагальнювати для складання головної книги, фінансової звітності.

На наше переконання, доцільно впровадити форми накопичувальних відомостей обліку товарних запасів в розрізі відповідних дільниць. Накопичувальні відомості зможуть мати спрощену форму, однак відобразатимуть детальну інформацію за синтетичними субрахунками бухгалтерського обліку та будуть підставою для складання Головної книги та фінансової звітності [6].

Таким чином, на сучасному етапі розвитку ринкової економіки головною метою обліку є забезпечення управління продажами товарів гнучкою інформаційною базою у

вигляді проаналізованих аналітичних даних для прийняття ефективних і своєчасних управлінських рішень, пов'язаних з (за функціями управління):

- плануванням маркетингової діяльності, зокрема активізаційних заходів, розробкою обсягів продажу тощо;

- організацією (раціональна організація процесу продажу товарів та ефективного управління);

- системою бухгалтерського обліку та внутрішнього аудиту, яка має бути побудована таким чином, щоб сприяти прийняттю обґрунтованих управлінських рішень;

- контролем (контроль за здійсненням діяльності підприємства з продажу товарів; своєчасною адаптацією підприємства до змін внутрішнього та зовнішнього середовища; зниженням ризиків здійснення діяльності підприємства з продажу товарів; забезпеченням ефективного розвитку в умовах конкуренції);

- забезпеченням відповідності управління продажними цілям і стратегії підприємства);

- мотивацією (зокрема, мотивацією працівників, зайнятих продажами товарів, до ефективного виконання своїх функцій; мотивацією споживачів до придбання товарів відповідного магазину).

Запропоновані шляхи удосконалення обліку операцій з продажу товарів сприятимуть більш повному та об'єктивному відображенню торгових операцій у бухгалтерському обліку підприємств роздрібної торгівлі, а саме від цього залежить ефективність та оперативність прийняття рішень щодо стратегії і тактики розвитку підприємства. Належно організований бухгалтерський облік реалізації товарів має важливе значення для підвищення ефективності роботи підприємств, для забезпечення своєчасних і повних розрахунків з бюджетом за податковими зобов'язаннями з податку на додану вартість.

Список використаних джерел

1. Бутинець Ф.Ф. Бухгалтерський облік в торгівлі : підручник / Ф.Ф. Бутинець, Н.М. Малуґа. – Житомир : Рута, 2010. – 576 с.

2. Калина А.В. Сучасний економічний аналіз і прогнозування (мікро– та макрорівень): навч. посіб. / А.В. Калина, М.Л. Конєва, В.О. Яценко. – К.: МАУП, 2011. – 272 с.

3. Костюченко В.Д. Облік доходу від реалізації продукції, товарів та інших активів / В.Д. Костюченко // Бухгалтерський облік і аудит. – 2010. – № 4. – С. 28-39.

4. Про затвердження Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій : наказ Міністерства фінансів України від 30.11.1999 р. № 291 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: zakon1.rada.gov.ua.

5. Бухгалтерський облік в галузях економіки / В. Б. Захожай, М. Ф. Базась . – К. – МАУП , 2010. – 968 с.

6. Сопко В. В. Бухгалтерський облік: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2010. – 578 с.