

Міністерство освіти і науки України
Поліський національний університет
Кафедра бухгалтерського обліку, оподаткування та аудиту

Кваліфікаційна робота
на правах рукопису

БАЦУЛА БОГДАНА СЕРГІЇВНА

УДК 657.21

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

ОБЛІК ТА КОНТРОЛЬ ЗА РОЗРАХУНКАМИ З ПОКУПЦЯМИ

Спеціальність 071 – облік і оподаткування

Подається на здобуття освітнього ступеня магістр

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і тестів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

_____ Богдана БАЦУЛА

Науковий керівник
Цегельник Ніна Іванівна
кандидат економічних наук, доцент

Житомир – 2023

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

Рецензент:

завідувач кафедри фінансів і кредиту Поліського національного університету,
к.е.н., професор ДЕМА Дмитро Іванович

Висновок комісії за результатами попереднього захисту:

_____ допустити до захисту _____

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

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

_____ допустити до захисту _____

Протокол засідання кафедри бухгалтерського обліку, оподаткування та аудиту № 9 від 12 грудня 2023 року

В.о. завідувача кафедри бухгалтерського обліку, оподаткування та аудиту
Наталія МАЛЮГА _____
(підпис)

«12» грудня 2023 р.

Результати захисту кваліфікаційної роботи

Студент(ка) БАЦУЛА Богдана Сергіївна захистив(ла) кваліфікаційну роботу
з оцінкою: сума балів за 100-бальною шкалою _____, за університетською
шкалою _____

Секретар ЕК _____
(підпис)

Ганна МАЙДУДА
(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Бацула Б. С. Облік та контроль за розрахунками з покупцями. – Рукопис.

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра за спеціальністю 071 – облік і оподаткування. – Поліський національний університет Міністерства освіти і науки України, Житомир, 2023.

У дослідженні було обґрунтовано теоретичні та практичні рекомендації з організації обліку та контролю за розрахунками з покупцями на підприємствах.

Досліджено основні методичні принципи та організаційні основи для удосконалення обліку у відповідності до діючого законодавства, включно з економічною сутністю та змістом розрахунків з покупцями, методикою відображення операцій з ними та фінансовим контролем і управлінням розрахунками з контрагентами у відповідності до інформаційних систем.

Обґрунтовано, що облік розрахунків з покупцями є важливим аспектом бухгалтерської роботи, оскільки на цьому етапі формується більшість доходів і грошових надходжень підприємств.

Досліджено проблемні аспекти, пов'язані з розрахунками з покупцями та замовниками у бухгалтерському обліку. Ефективно організований бухгалтерський облік операцій з розрахунками з покупцями та замовниками є основою для створення достовірної інформації про розрахунково-платіжні операції підприємства, регулювання їх проведення з мінімальними втратами та для своєчасного прийняття управлінських рішень.

Розглянуті основні методи та принципи створення системи внутрішнього контролю та важливість її впровадження. Проаналізовано проблеми, пов'язані з відсутністю контрольної системи та оцінено результати її впровадження.

Ключові слова: облік, контроль, розрахунки, покупці, дохід

ABSTRACT

Batsula B. S. Accounting and control over settlements with buyers. - Manuscript.

Qualification work for obtaining a master's degree in specialty 071 - accounting and taxation. – Polis National University of the Ministry of Education and Science of Ukraine, Zhytomyr, 2023.

The study substantiated theoretical and practical recommendations for the organization of accounting and control over settlements with buyers at enterprises.

The main methodological principles and organizational foundations for improving accounting in accordance with current legislation, including the economic essence and content of settlements with buyers, the method of displaying transactions with them and financial control and management of settlements with counterparties in accordance with information systems, were studied.

It is substantiated that the accounting of settlements with buyers is an important aspect of accounting work, since most of the income and cash receipts of enterprises are formed at this stage.

Problematic aspects related to settlements with buyers and customers in accounting were studied. Effectively organized accounting of operations with settlements with buyers and customers is the basis for creating reliable information about settlement and payment operations of the enterprise, regulating their implementation with minimal losses and for timely management decisions.

The main methods and principles of creating an internal control system and the importance of its implementation are considered. The problems associated with the absence of a control system were analyzed and the results of its implementation were evaluated.

Keywords: accounting, control, calculations, buyers, income

ЗМІСТ

Вступ.....	6
Розділ 1. Організаційні основи формування розрахунків з покупцями та інформаційного забезпечення процесу управління	8
1.1. Економічний зміст розрахунків з покупцями	8
1.2. Організація обліку та контролю за розрахунками з покупцями.....	13
1.3. Характеристика та аналіз господарської діяльності підприємств оптової торгівлі.....	16
Висновки до розділу 1.....	24
Розділ 2. Облік та контроль за розрахунками з покупцями.....	25
2.1. Завдання і роль системи обліку та контролю за розрахунками з покупцями.....	25
2.2. Облік розрахунків з покупцями підприємства.....	31
2.3. Механізм внутрішнього контролю за розрахунками з покупцями	36
Висновки до розділу 2.....	41
Висновки.....	43
Список використаних джерел.....	45
Додатки.....	49

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Продаж товарів та взаєморозрахунків з покупцями за отримані товарно-матеріальні цінності є важливим елементом господарської діяльності, оскільки розрахунки між підприємствами, організаціями та кінцевими споживачами є необхідною складовою для забезпечення стабільної діяльності підприємств та організацій, а також для економічного зростання країни в цілому. Щоб удосконалити операційну діяльність, підприємства та організації активно переходять на нові економічні відносини, від чого вимагається посилене використання бухгалтерського обліку. Сучасні економічні відносини потребують оновлення теоретико-методологічних засад бухгалтерського обліку та його конвергенції з міжнародними стандартами, зокрема в оптовій торгівлі, де точний облік розрахунків з покупцями є ключовим для ефективного управління [26].

Зростаючі вимоги до ефективного управління розрахунками з покупцями вимагають змін в системі обліку, виді розрахунків, методах управління та впливі на дебіторську заборгованість. Процеси автоматизації та розвитку Інтернет-технологій вимагають адаптації обліку розрахунків з покупцями до сучасних вимог. Ці фактори впливають на сферу обліку розрахунків з покупцями та породжують необхідність систематизації існуючих підходів до цієї тематики та визначення перспективних напрямків досліджень у цій галузі.

Метою кваліфікаційної роботи є розкриття теоретичних і практичних положень та розробка практичних рекомендацій щодо організації обліку та контролю за розрахунками з покупцями підприємств торгівлі.

Завдання кваліфікаційної роботи полягають в:

1. Обґрунтуванні сутності та змісту розрахунків з покупцями підприємства в інформаційному колі та обліку їх діяльності.
2. Визначенні основних понять, що стосуються розрахунків з покупцями.
3. Формулюванні завдань і ролі системи бухгалтерського обліку та контролю за розрахунками з покупцями.

4. Вивченні облікового забезпечення розрахунків з покупцями підприємства.

5. Дослідженні системи контролю за розрахунками з покупцями підприємства.

Об'єктом дослідження є процес формування розрахунків з покупцями підприємства.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних і практичних принципів, які стосуються облікового процесу та системи контролю за розрахунками з покупцями підприємства.

Методи дослідження. В кваліфікаційній роботі були задіяні методи загальнонаукового та спеціального пізнання з використанням системного підходу. Крім того були задіяні і інші методи дослідження: аналізу, синтезу, групування, абстрактно-логічний, статистичний, економіко-математичного моделювання. Для наочної презентації результатів дослідження використовувалися табличний і графічний способи.

Джерелами інформації в цьому дослідженні є науково-методичні видання, нормативно-правові документи, що регулюють ведення обліку та контролю за розрахунками з покупцями підприємства, а також фахові Інтернет-ресурси, фінансові, статистичні, податкові та управлінські звіти, а також внутрішні регламенти підприємства.

Практичне значення кваліфікаційної роботи. Отримані результати спрямовані на підвищення організації та ведення обліку та контролю розрахунків з покупцями. Впровадження запропонованих рекомендацій буде сприяти покращенню якості облікової інформації. Результати цієї роботи можуть бути корисні для підприємств в Україні при веденні обліку, аналізу та контролю за розрахунками з покупцями підприємства.

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи. Основний текст роботи складає 39 сторінок, на яких представлено 1 таблицю та 18 рисунків. Робота містить вступ, два розділи, висновки та список використаних джерел (28 найменувань).

РОЗДІЛ 1. ОРГАНІЗАЦІЙНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ РОЗРАХУНКІВ З ПОКУПЦЯМИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ

1.1. Економічний зміст розрахунків з покупцями

У загальній системі розрахунків велике значення мають операції з покупцями, які мають свою специфіку, такі як об'єкт, суб'єкт і механізм розрахунків. Об'єктом системи розрахунків з покупцями є взаємовідносини та фінансові зобов'язання між покупцями та продавцями. Суб'єктами виступають покупці товарів, робіт, послуг – особи, які здійснюють платежі [26].

Механізм розрахунків з покупцями може включати в себе різноманітні форми оплати, такі як готівкові розрахунки, безготівкові платежі, взаєморозрахунки, кредитування, використання платіжних систем тощо. Ефективний механізм розрахунків дозволяє підприємству оптимізувати фінансові витрати і максимально використовувати наявні ресурси для забезпечення своєчасної оплати та уникнення простроченої заборгованості.

Покупець - це особа або організація, яка придбає чи замовляє товари, послуги або роботи для подальшого використання чи подальшої реалізації. Такий покупець виступає як суб'єкт угоди купівлі-продажу та зазвичай не використовує отримані товари для власних потреб.

При визначенні поняття "покупець" в операціях, які пов'язані з торгівлею цінними паперами, зазвичай не зазначається конкретний спосіб набуття власності, а лише умови виконання контракту, тобто не обов'язково сплата коштів. У випадку операцій, пов'язаних з майном і аукціонною діяльністю, покупець зазвичай трактується як переможець аукціону. І лише в операціях з різними видами виробничих запасів у галузевих відомствах зазначається набуття власності, через закупівлю, а це не завжди підтверджується. Термін "покупець" рідко використовується у відношенні до послуг [26].

Метою здійснення розрахунків для покупців є забезпечення максимальної відповідності моменту передачі товарів, робіт та послуг. Основна мета системи

розрахунків з покупцями полягає в гарантуванні виконання зобов'язань покупців перед постачальниками протягом оптимального проміжку часу між передачею товарів, робіт або послуг та отриманням коштів.

Аналіз нормативних актів, що регулюють правовідносини між учасниками господарської діяльності, показує, що термін "покупець" не має універсального визначення, оскільки його визначення пов'язане з конкретною операцією у сфері господарської діяльності.

Регулювання розрахунків з покупцями на законодавчому рівні можна знайти на рис. 1.1.

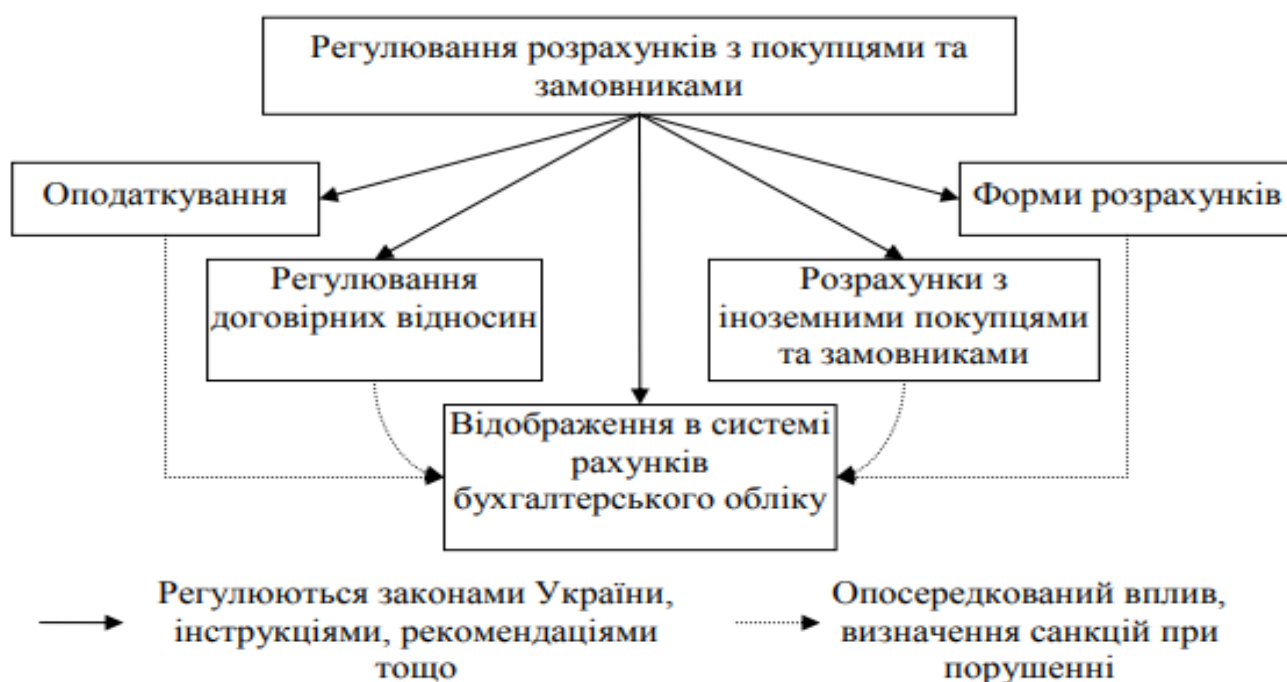


Рис. 1.1. Регулювання розрахунків з покупцями на законодавчому рівні

Джерело: сформовано на основі [26]

Розширення ринкових відносин та дотримання міжнародних стандартів бухгалтерського обліку потребує прозорості розрахунків в межах відповідної системи платежів. Розрахунки виступають основним інструментом регулювання ринкових відносин і їх важливість вимагає дослідження та уточнення поняття "розрахунки з покупцями". Характеристика форм розрахунків з покупцями з різних точок зору подана на рис. 1.2.

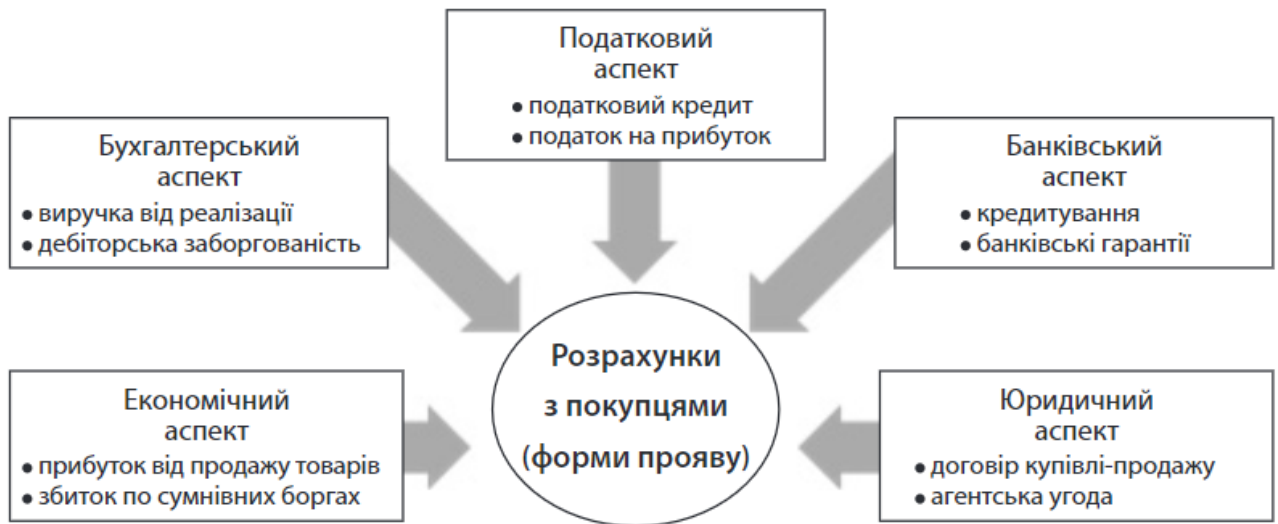


Рис. 1.2. Опис різних виявів розрахунків з покупцями з різних точок зору
Джерело: сформовано на основі [26]

Підприємства та організації, які здійснюють операційну діяльність, вступають у розрахункові взаємовідносини з іншими підприємствами, організаціями та кінцевими споживачами. Ці розрахунки перш за все пов'язані з реалізацією товарів та обліком розрахунків за придбані товари. Для визначення обсягу питань, що були вже досліджені частково, ми провели аналіз останніх наукових робіт з обліку розрахунків з покупцями. Отримані результати наведемо у Додатку А.

Аналіз наукових публікацій та досліджень показав, що питання обліку розрахунків з покупцями та замовниками досліджуються в різних аспектах, від загальних досліджень розрахунків до більш докладних вивчень питань обліку та управління дебіторською заборгованістю підприємств, а також систем лояльності.

Ще одним напрямком досліджень є розгляд особливостей розрахунків з покупцями та замовниками, залежно від галузі економіки, таких як оптова та роздрібна торгівля, а також інші не визначені галузі (рис. 1.3).

Систематизація поглядів, яка приведена на рисунку 1.3, показує, що науковці найбільшу увагу (63%) приділяють дослідженням загальних напрямків удосконалення бухгалтерського обліку розрахунків з покупцями.

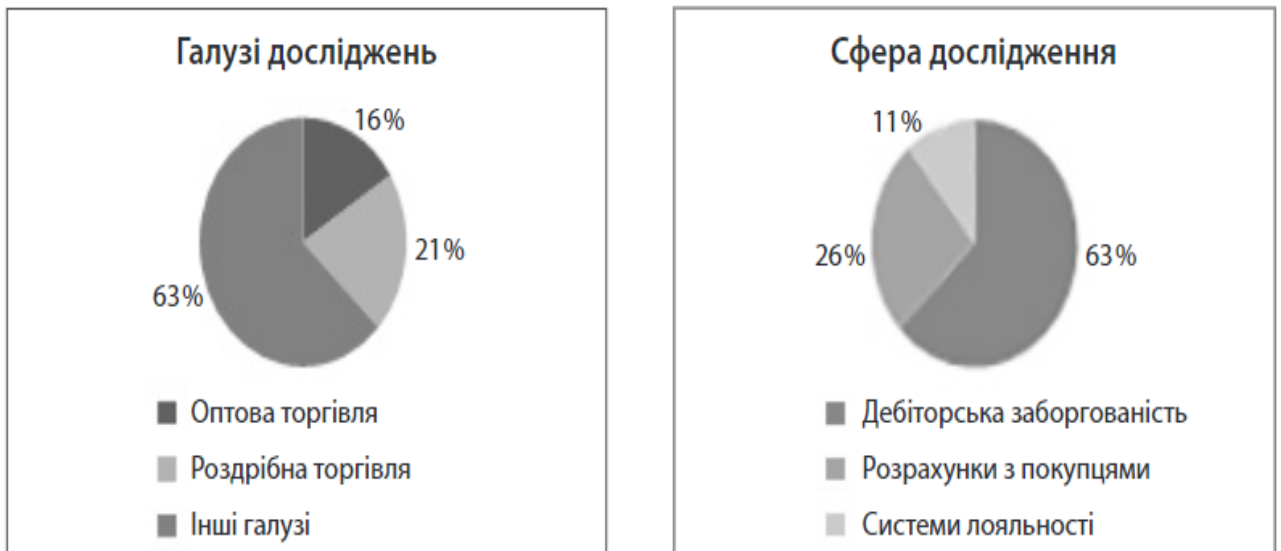


Рис. 1.3. Розподіл напрямків досліджень щодо обліку розрахунків з покупцями за окремими галузями та сферами

Джерело: сформовано на основі [26]

У той же час, лише 16% та 21% науковців вибрали для своїх досліджень вивчення особливостей обліку розрахунків з покупцями в оптовій та роздрібній торгівлі відповідно.

Слідкуючи за різними напрямками досліджень обліку розрахунків з покупцями в різних сферах, наукові погляди на це питання можна умовно розділити на три групи.

До першої групи (63%) належать автори, які вважають, що облік розрахунків з покупцями переважно стосується дослідження дебіторської заборгованості, що виникає при розрахунках на умовах після оплати та з урахуванням термінів платежів.

У другу групу (26%) входять дослідники, які вважають, що облік розрахунків з покупцями головним чином полягає в обліку виставлення рахунків на сплату та реєстрації оплат від покупців за різними формами розрахунків, включаючи оплату дебіторської заборгованості.

Третя група вчених, яка становить 11%, вважає, що перспективним напрямком досліджень обліку розрахунків з покупцями є вивчення питань щодо розробки та управління системами лояльності для покупців та їх

розрахунків. Це передбачає облік розрахунків з покупцями, спрямований на активні продажі та оперативне управління розрахунками з покупцями з використанням інформаційних технологій та Інтернет-технологій.

В результаті останніх досліджень з питань обліку розрахунків з покупцями було виявлено, що науковці запропонували ряд рекомендацій щодо вирішення виявлених проблем, включаючи удосконалення класифікації та оцінки відображення розрахунків з покупцями в обліку, впровадження додаткових аналітичних та синтетичних рахунків, покращення первинних документів та загальної звітності. На основі цих результатів було побудовано рис. 1.4.

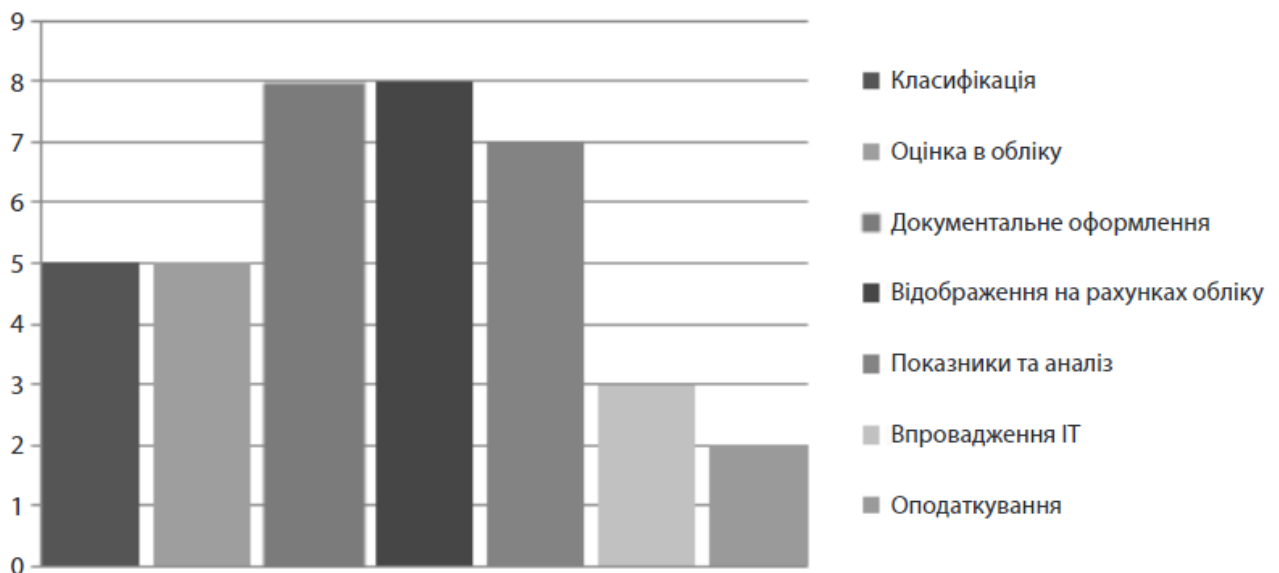


Рис. 1.4. Пропозиції з покращення обліку розрахунків з покупцями у сфері торгівлі

Джерело: сформовано на основі [26]

Рис. 1.4 демонструє, що науковці вбачають розв'язання проблем обліку розрахунків з покупцями в уточненні класифікації основних понять, у вдосконаленні методів оцінки відображення розрахунків з покупцями в обліку та замовниками, використанні додаткових синтетичних та аналітичних рахунків, поліпшенні первинних документів та докладенні зусиль до фінансової звітності щодо обліку розрахунків з покупцями та замовниками. Деякі автори запропонували систематизацію показників для аналізу розрахунків з

покупцями, включаючи дебіторську заборгованість, а також вдосконалення проблематики оподаткування розрахунків з покупцями в умовах надання знижок та впровадження інформаційних технологій в процес обліку та управління розрахунками з покупцями.

Пропозиції щодо поліпшення обліку розрахунків з покупцями повинні охоплювати уточнення класифікації, методи оцінки в обліку, оподаткування та автоматизацію облікових процесів.

Таким чином, управління розрахунками з покупцями та оптимальним керуванням дебіторською заборгованістю є ключовими аспектами для торговельних підприємств та організацій у сучасних економічних умовах.

1.2. Організація обліку та контролю за розрахунками з покупцями

Бухгалтерський облік, як фундамент інформаційної системи управління розрахунками з покупцями, формує базу даних, яка задовольняє потреби внутрішніх і зовнішніх користувачів при ухваленні управлінських рішень. Основним і вирішальним результатом бухгалтерського обліку є забезпечення інформацією.

Функцією здійснення розрахунків для покупців є максимальне зближення моменту передачі товарів, робіт або послуг та одночасної сплати коштів, тоді як для постачальників ця функція полягає в тому, щоб забезпечити якомога більший інтервал часу між надходженням товарів, робіт або послуг та оплатою за них. Для банків головною метою є здійснення розрахунків у формах, які передбачають забезпечення додаткових послуг, що приносять банку додатковий прибуток, а для третіх осіб - зменшення кількості неплатоспроможних клієнтів та водночасного збільшення обсягів угод, що укладаються.

Таким чином, основною метою системи розрахунків є виконання зобов'язань сторін угоди за допомогою обрання оптимального для всіх

учасників часу між моментами передачі товарів, робіт, послуг та коштів, забезпечуючи гарантований рівень надійності.

Сучасні дослідники вивчили різноманітні аспекти, що відображають процес реалізації бухгалтерського обліку розрахунків з покупцями, починаючи від принципів бухгалтерського обліку до управління дебіторською заборгованістю. Це призвело до виділення широкого спектру факторів, які впливають на розрахунки з покупцями (рис. 1.5) [26].

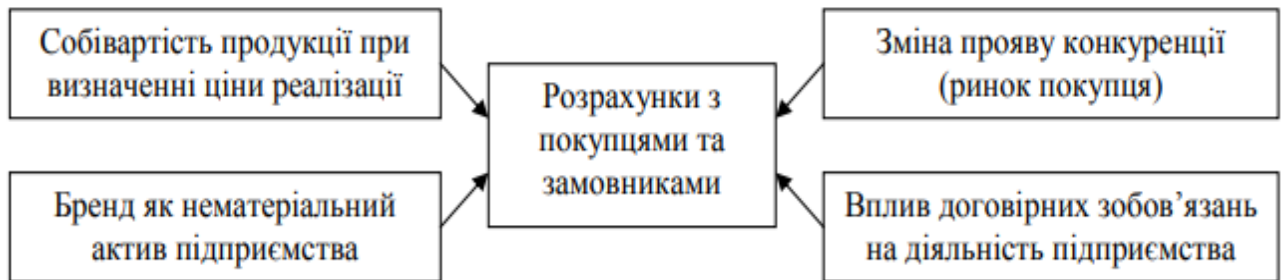


Рис. 1.5. Фактори, які впливають на розрахунки з покупцями

Джерело: сформовано на основі [26]

Таким чином, головне завдання керівника підприємства полягає, перш за все, у виборі цілей, завдань, стратегії, методів та організаційних зв'язків для орієнтації процесів ухвалення рішень і планування на різних рівнях; і, в другий відомості, - в організації потоків інформації до центрів, де приймаються рішення.

Забезпечення ефективного обліку розрахунків з покупцями і замовниками повинно включати:

- своєчасну перевірку розрахунків з покупцями і замовниками;
- проактивне управління, щоб уникнути прострочення дебіторської заборгованості.

На рис 1.6 показана структура організації бухгалтерського обліку розрахункових операцій з покупцями і замовниками.

Розрахунки з покупцями та замовниками є динамічними і вимагають постійного контролю та участі управлінського персоналу у системі менеджменту підприємства. Ця діяльність є невід'ємною частиною обробки

великих обсягів економічної інформації, що значно залежить від ефективності бухгалтерської системи на підприємстві. Достовірна та своєчасна інформація про стан дебіторської заборгованості, законність та підтвердження господарських операцій є ключовими для нормального управління та функціонування [12, с. 174].



Рис. 1.6. Організація розрахунків з покупцями та її відображення в обліку
Джерело: сформовано на основі [12]

Гуцаленко Л.В. стверджує, що контроль розрахунків з покупцями та замовниками має на меті: - систематичне спостереження за достовірністю облікових та звітних даних про наявність та зміну сум дебіторсько-кредиторської заборгованості; - своєчасне перерахування коштів кредиторам, відшкодування належних боргів з боку дебіторів; - правильне пред'явлення претензій і вчасне їх погашення, дотримання розрахунково-платіжної дисципліни на рівні, що впливає на платоспроможність підприємства для забезпечення його нормальної фінансово-господарської діяльності [2].

При здійсненні контролю розрахунків з покупцями та замовниками джерелами інформації є первинна документація підприємства, така як

договори, рахунки-фактури, видаткові накладні, акти приймання-здачі виконаних робіт, податкові накладні, товарно-транспортні накладні, платіжні доручення, виписки банку, прибуткові касові ордери, розрахунки бухгалтерії. Також використовуються облікові реєстри, такі як Журнал №3 та Відомості аналітичного обліку розрахунків з покупцями 3.1, аналітичного обліку розрахунків з дебіторами 3.2, аналітичного обліку виданих і отриманих авансів 3.4 та аналітичного обліку розрахунків за виданими операціями 3.5. Нарешті, до джерел інформації також включається фінансова звітність підприємства, така як Баланс (Звіт про фінансовий стан), Звіт про рух грошових коштів (за непрямим методом) та Примітки до річної фінансової звітності [2].

Таким чином, для ефективного контролю розрахунків з покупцями підприємство має мати чітко визначений процес управління взаєморозрахунками та використовувати програмні засоби для автоматизації цього процесу. Крім того, необхідно вести облік розрахунків з покупцями відповідно до вимог бухгалтерського та податкового законодавства.

Ефективний контроль розрахунків дозволяє підприємству уникнути фінансових ризиків, забезпечує своєчасне отримання оплати за надані товари чи послуги, а також створює додаткові можливості для фінансового планування та керування оборотними коштами підприємства..

1.3. Характеристика та аналіз господарської діяльності підприємств оптової торгівлі

Торгівля, насамперед, є видом економічної діяльності, що базується на купівлі-продажу товарів. Це одна з ключових сфер діяльності в економіці України, яка вирізняється як за кількістю суб'єктів господарювання, так і за чисельністю зайнятих працівників. Згідно з даними Державної служби статистики на 2021 рік, підприємства у сфері торгівлі складають 36,7% від загальної кількості усіх суб'єктів господарювання, і в ній зайнято 25,8%

працівників від загальної чисельності працюючих. Торгівля сприяє підтримці вітчизняних виробників, збільшенню їх конкурентоспроможності та забезпечує наповнення бюджету країни [24].

Важлива роль у сфері обігу продуктів харчової промисловості належить оптовій торгівлі. Оптові компанії перетворюють виробничий асортимент у товарний і представляються на ринку як посередники між харчовою промисловістю і роздрібною торговельною мережею. Оптові підприємства сприяють гармонізації споживчого ринку харчових продуктів в Україні та збільшенню обсягів їх реалізації, а також підвищують ефективність матеріально-сировинного забезпечення підприємств харчової промисловості.

По-перше, ми проаналізуємо розвиток оптової та роздрібної торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами, а також їх ремонт, розглядаючи загальну кількість суб'єктів цієї галузі в Україні (рис. 1.7).

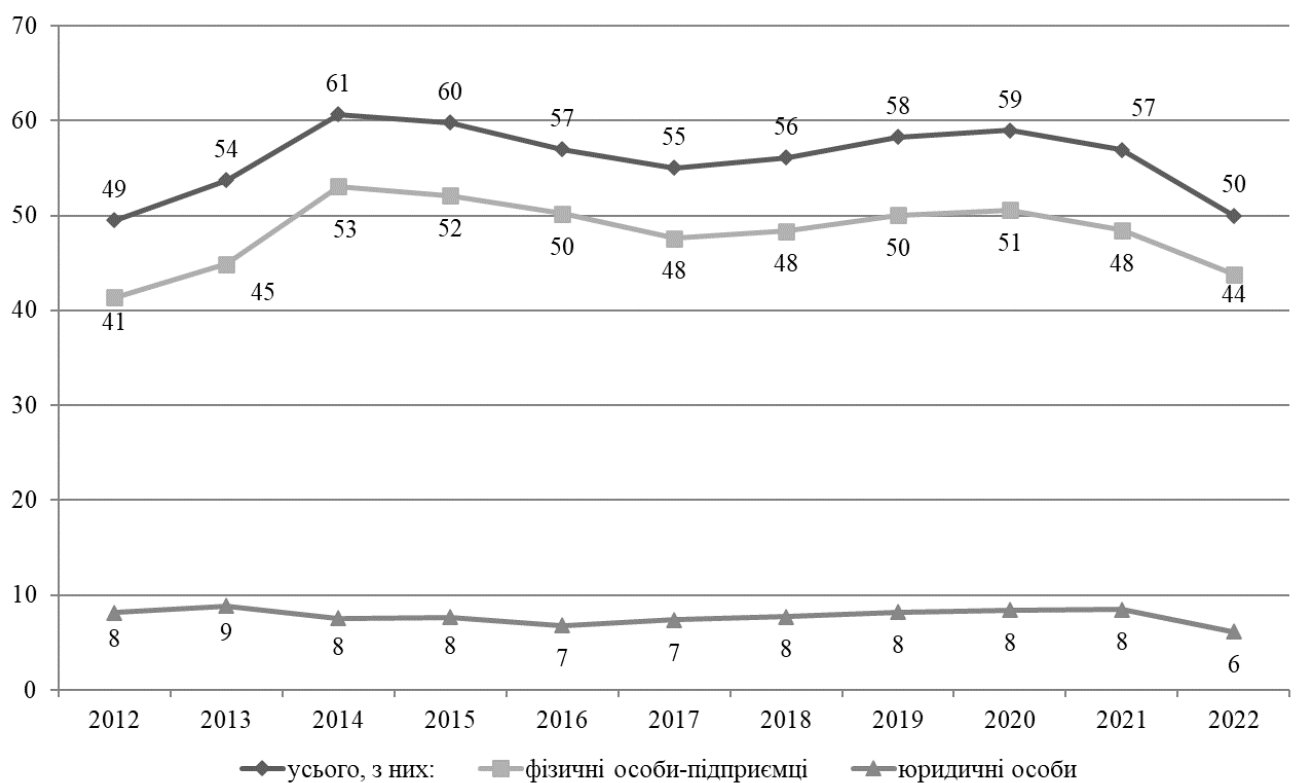


Рис. 1.7. Кількість діючих суб'єктів господарювання за видом економічної діяльності 45 «Оптова та роздрібна торгівля автотранспортними засобами та мотоциклами, їх ремонт» у 2012-2022 роках, тис.од.

Джерело: розраховано на основі [4]

Статистика показує, що число підприємств, які займаються оптовою та роздрібною торгівлею автотранспортними засобами та мотоциклами, а також їх ремонтом, зменшилося на 7000 одиниць у 2021-2022 роках. Ймовірно, така ситуація виникла внаслідок складних економічних умов для оптової торгівлі в Україні та високого рівня банкрутства підприємств цієї галузі. Оптова торгівельна сфера підтримувала свою діяльність протягом більшості кризового періоду завдяки укладеним довгостроковим угодам, проте в 2022 році вона значно почула наслідки військової агресії проти України, що, разом з іншими факторами, призвело до скорочення кількості підприємств [24].

По-друге, зменшення кількості підприємств у даній галузі призводить до зменшення чисельності зайнятих працівників на цих підприємствах (рис. 1.8).

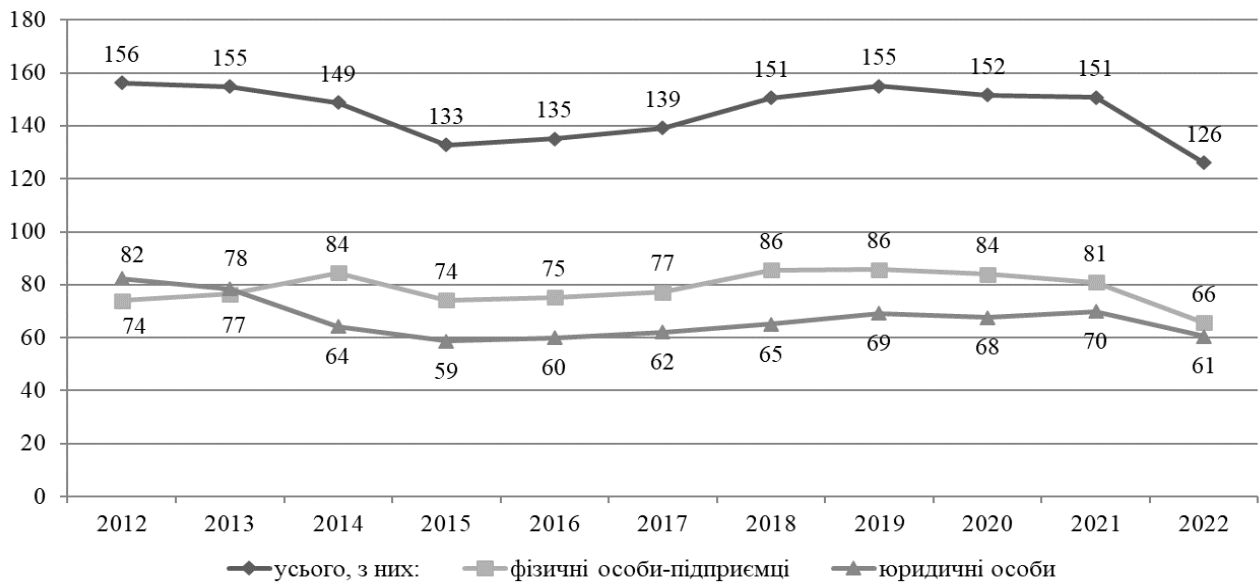


Рис. 1.8. Кількість зайнятих працівників у суб'єктів господарювання за видом економічної діяльності 45 «Оптова та роздрібна торгівля автотранспортними засобами та мотоциклами, їх ремонт» у 2012-2022 роках, тис.од.

Джерело: розраховано на основі [4]

З посиленням конкуренції та насиченням ринку України продукцією, виробництво більше не визначає обсяг продажів, а навпаки — можливий обсяг реалізації є основою створення виробничої програми для підприємства. Суб'єкти господарювання повинні виробляти лише ті товари та в такому обсязі,

які можуть бути ефективно реалізовані й прибутково.

Темп збільшення обсягу продажу продукції напряму впливає на рівень витрат, прибутку та ефективності підприємства. Цей аспект є ключовим у аналізі розрахунків з покупцями та замовниками підприємства.

Джерела аналітичної інформації можуть бути поділені на кілька категорій в залежності від обсягу вміщуваних показників. Основні джерела містять переважну кількість показників, таких як бухгалтерський звіт, плани економічного і соціального розвитку підприємства. Додаткові джерела містять частіше однорідні показники роботи певної галузі чи ділянки виробництва, такі як виробничі програми підрозділів, бухгалтерські первинні документи, статистична звітність та інше [24].

Обсяг реалізації продукції визначається на основі продукції, що була відвантажена покупцям. На рисунках 1.9-1.10 показана динаміка та структура обсягів реалізованої продукції суб'єктів господарювання у сфері оптової та роздрібної торгівлі автомобільним транспортом та мотоциклами, а також здійсненням їх ремонту.

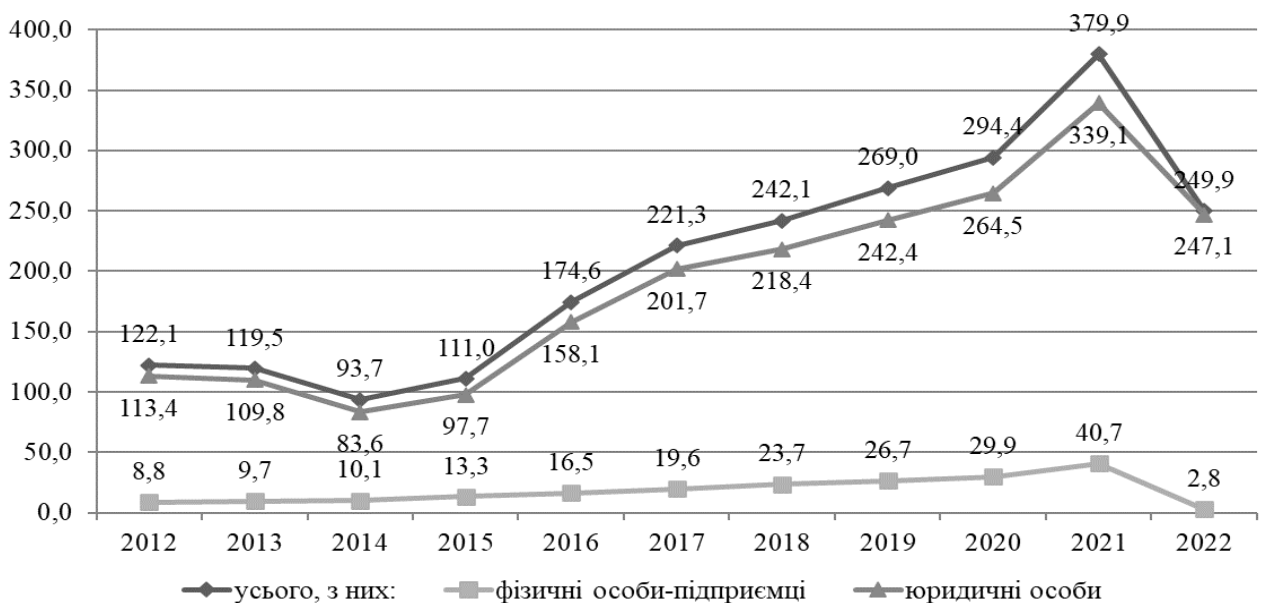


Рис. 1.9. Динаміка обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання за видом економічної діяльності 45 «Оптова та роздрібна торгівля автотранспортними засобами та мотоциклами, їх ремонт» у 2012-2022 роках, млрд..грн.

Джерело: розраховано на основі [4]

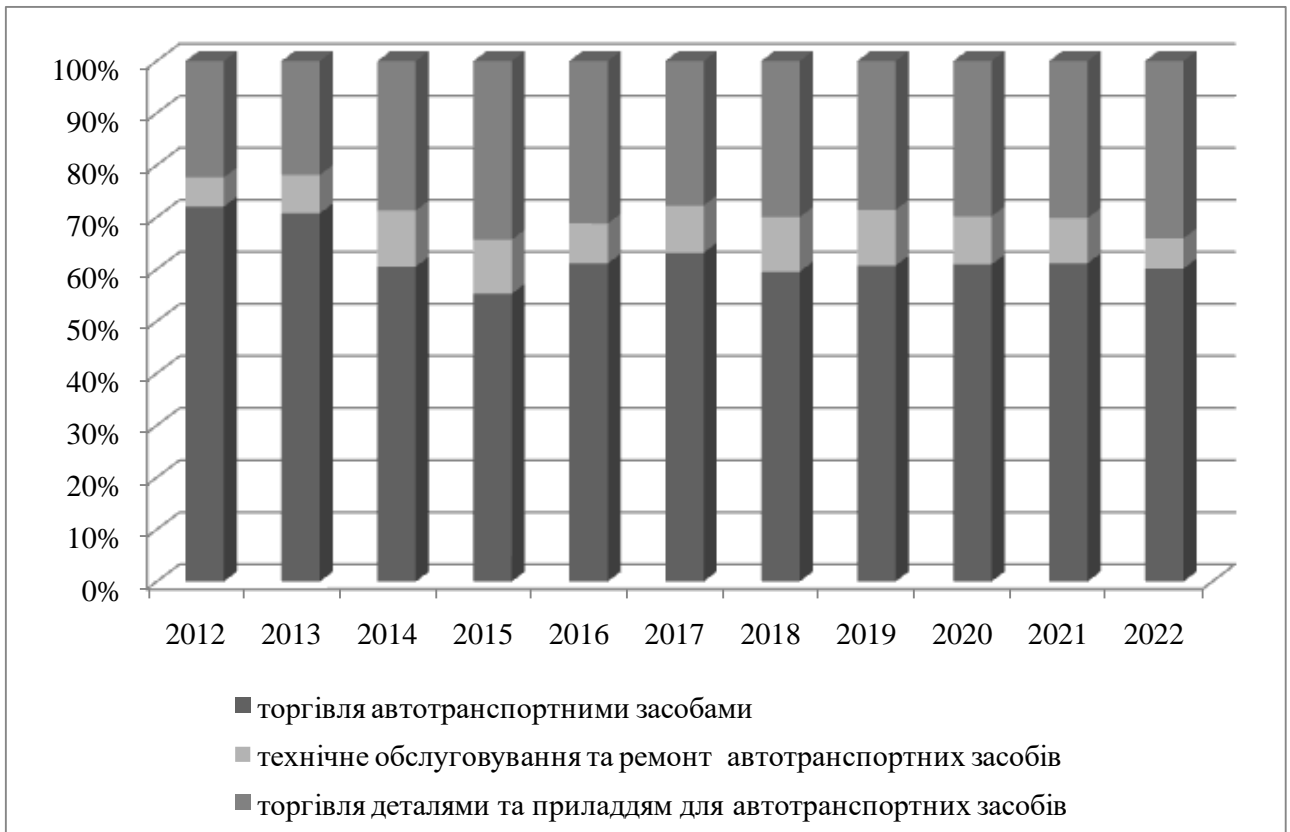


Рис. 1.10. Структура обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання за видом економічної діяльності 45 «Оптова та роздрібна торгівля автотранспортними засобами та мотоциклами, їх ремонт» у 2012-2022 роках, %

Джерело: розраховано на основі [4]

Зменшення обсягів реалізованої продукції у результаті війни, як показано в порівнянні 2021-2022 років, було значним, оскільки обсяг зменшився на 130,0 млрд.грн. Цій ситуації спричинено найбільше зменшення обсягів у розділі торгівлі автотранспортними засобами, який становить основну частину структури обсягу реалізованої продукції в 2022 році (рис. 1.11).

Динаміку обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання у сфері торгівлі деталями та приладдям для автотранспортних засобів в Україні від 2012 до 2022 року можна побачити на графіках, які надано детально для виду економічної діяльності 45.31 "Оптова торгівля деталями та приладдям для автотранспортних засобів" з розбивкою за містом Києві (рис. 1.12) [24].



Рис. 1.11. Динаміка обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання за складовими виду економічної діяльності 45.3 «Торгівля деталями та приладдям для автотранспортних засобів» у 2012-2022 роках, млрд..грн.

Джерело: розраховано на основі [4]

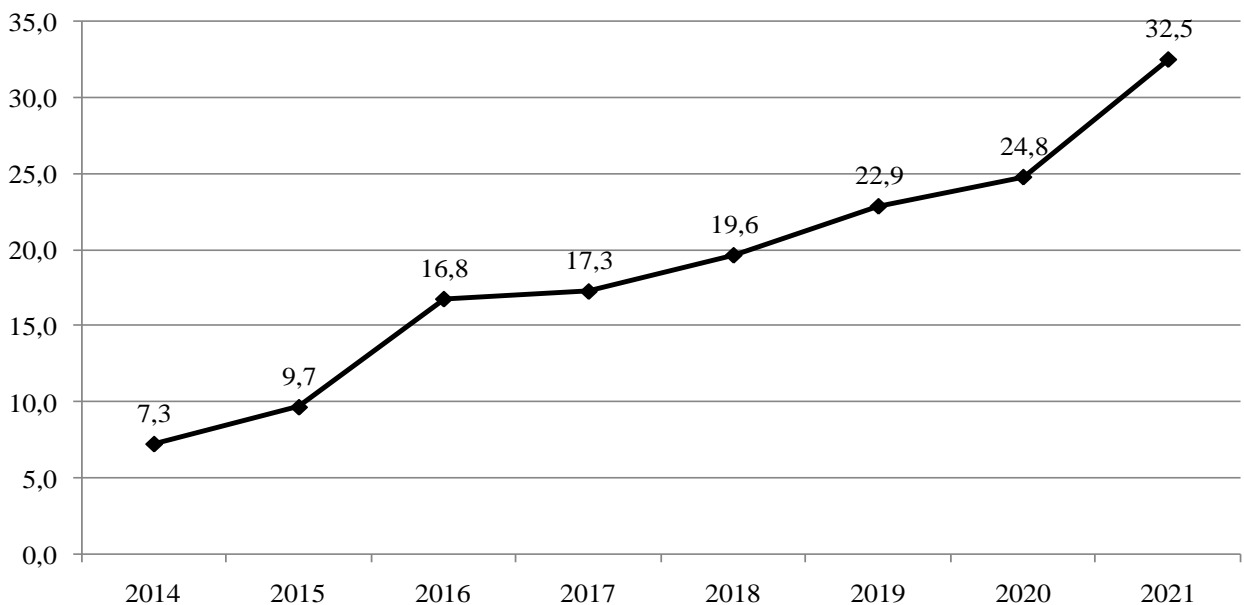


Рис. 1.12. Динаміка обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності 45.31 "Оптова торгівля деталями та приладдям для автотранспортних засобів" у розрізі м. Київ за 2014-2021 роках

Джерело: розраховано на основі [4]

Під час аналізу обсягів реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання з оптової торгівлі деталями та приладдям для автотранспортних засобів в місті Києві ми вирішили детально дослідити обсяги реалізації продукції конкретного підприємства з даної галузі, а саме, ТОВ "ГРАСФІЛД", яке займається основним видом діяльності 45.31 "Оптова торгівля деталями та приладдям для автотранспортних засобів".

Динаміка обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) у ТОВ "ГРАСФІЛД" в період з 2016 по 2022 рік відображає позитивні зміни, оскільки протягом цього періоду обсяг збільшився на 35754 тис. грн. Найвищий рівень обсягу реалізації спостерігався у 2021 році і становив 52792 тис. грн. Проте у 2022 році, зрозумілою причиною, обсяг реалізованої продукції підприємства зменшився на 14863 тис. грн. (рис. 1.13).

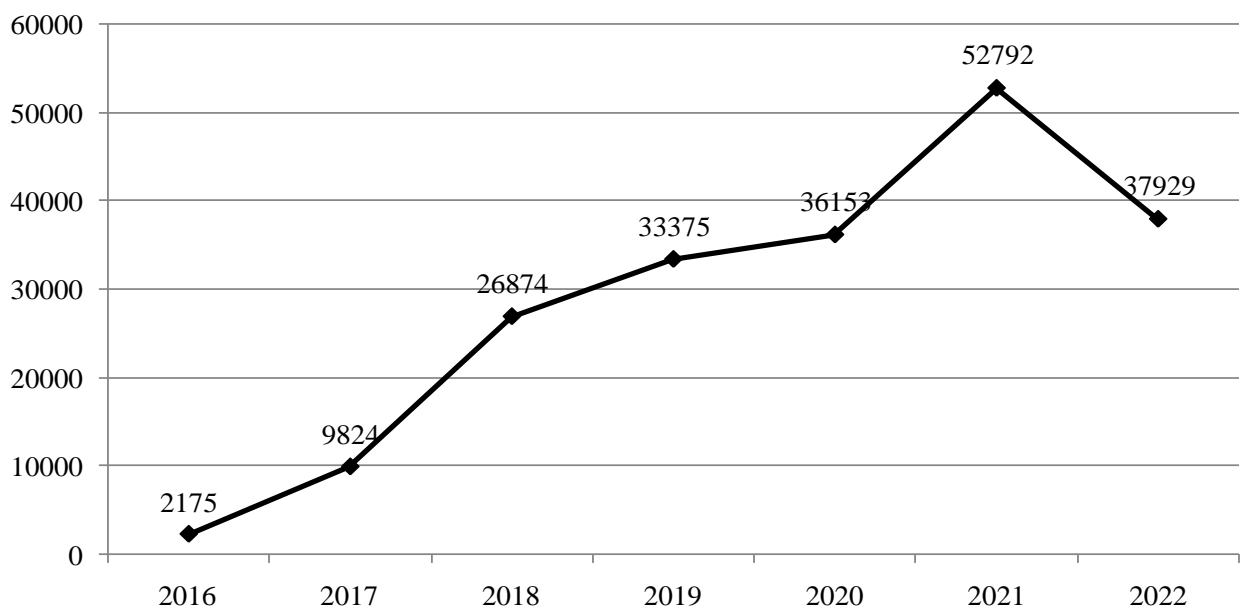


Рис. 1.13. Динаміка обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) в ТОВ "ГРАСФІЛД" у 2016-2022 роках

Джерело: розраховано на основі [4]

Існують різні фактори, які негативно впливають на розвиток підприємств оптової торгівлі. Ці фактори включають такі питання, як:

- зменшення обсягів торгівлі через обмеження військових дій, які обмежують рух товарів і послуг, зміну ринкових умов, а також впливають на

ціни та валютні курси;

- зміни в політиці та митних обмеженнях, які можуть впливати на ланцюжок постачання товарів та сировини;

- недосконалість нормативно-правової бази щодо регулювання діяльності підприємств оптової торгівлі;

- низька адаптивність таких підприємств до змінних ринкових умов, які перешкоджають їм стати ключовими учасниками у системі збуту і розподілу продукції завдяки наданню різноманітних послуг;

- зростання вартості оренди складських приміщень та технічного обладнання.

З урахуванням проблем у сфері оптової торгівлі товарами, важливими довгостроковими цілями та пріоритетами для розвитку цієї сфери в Україні мають стати наступні пункти:

- створення ефективної структури каналів доставки товарів, забезпечення необхідного рівня товаропотоків;

- створення додаткових джерел фінансового забезпечення для забезпечення безперебійного руху товарів.

Слід відзначити, що основні стратегічні напрями розвитку оптової торгівлі включають:

- створення нових форматів оптових торговельних підприємств, які здатні надавати повний спектр основних та додаткових послуг;

- формування нових умов співпраці між оптовими торговцями, виробниками товарів та роздрібними торговельними підприємствами;

- зміцнення інтеграційних процесів на ринку оптової торгівлі, тобто утворення об'єднань торговельних посередників, які ефективно задовольняють потреби клієнтів;

- фінансове оздоровлення та підвищення ефективності діяльності суб'єктів оптової торговельної сфери [8].

Підсумовуючи наведене вище, можна зробити висновок, що на сучасному етапі, який відзначається перетвореннями у національній економіці та

інтенсивним розвитком ринкової інфраструктури, оптова торгівля набуває все більшої значущості, як ключовий ланка, який утворює зв'язок між виробництвом та споживанням. На сьогоднішній день оптова торгівля в Україні починає активно реагувати на сучасні умови та демонструє позитивну динаміку розвитку, що проявляється у зростанні обсягів товарообігу та створенні додаткових можливостей для економічного розвитку країни.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

Економічний зміст розрахунків з покупцями полягає в обміні товарів або послуг на гроші або інші товари. Ці розрахунки є одним із основних процесів у бізнесі та дозволяють підприємствам отримувати прибуток, підтримувати ланцюжок постачання та задовольняти потреби споживачів. Вони також відображають фінансові взаємини між підприємствами та споживачами, враховуючи різні аспекти, такі як умови оплати, кредитування, знижки і відстрочки платежів.

Організація обліку та контролю за розрахунками з покупцями є важливою складовою фінансового управління підприємством. Цей процес включає в себе регулярне моніторинг та аналіз розрахунків з покупцями, включаючи виставлення рахунків, контроль за заборгованістю покупців, взаємовідносини з банками для отримання оплати, контроль за строками платежів, вирішення спірних ситуацій та відзначення неплатоспроможних покупців.

Загальний висновок щодо стану оптової торгівлі полягає в тому, що на сучасному етапі, який відзначається перетвореннями у національній економіці та інтенсивним розвитком ринкової інфраструктури, оптова торгівля набуває все більшої значущості, як ключовий ланка, який утворює зв'язок між виробництвом та споживанням. На сьогоднішній день оптова торгівля в Україні починає активно реагувати на сучасні умови та демонструє позитивну динаміку розвитку, що проявляється у зростанні обсягів товарообігу та створенні додаткових можливостей для економічного розвитку країни.

РОЗДІЛ 2. ОБЛІК ТА КОНТРОЛЬ ЗА РОЗРАХУНКАМИ З ПОКУПЦЯМИ

2.1. Завдання і роль системи обліку та контролю за розрахунками з покупцями

Відображення розрахунків з покупцями в обліку є одним з ключових процесів у фінансово-господарській діяльності будь-якого підприємства. Так як для виготовлення готової продукції потрібні матеріали, то це означає, що покупці повинні здійснювати передоплату або мати фінансову довіру. Стан розрахунків з покупцями в фінансовій звітності відображається у вигляді дебіторської заборгованості.

Дебіторська заборгованість - це зобов'язання одного суб'єкта господарювання або фізичної особи перед іншою стороною за отримані товари, роботи, послуги або інші вигоди. Це зобов'язання повинно бути врегульоване у найближчому майбутньому.

Важливими завданнями ефективної організації обліку продажу продукції покупцям є:

- своєчасне прийняття замовлення від покупця;
- регулярна перевірка випуску готової продукції, контроль за її накопиченням на складах;
- вчасне та коректне документування відвантаження та видачі продукції;
- контроль виконання угод замовлення щодо обсягу та асортименту проданої продукції;
- своєчасне та точне визначення підсумків продажу продукції (робіт, послуг) та їх облік;
- контроль над наданим відстроченим платежем [11].

Операції з розрахунками з покупцями та замовниками регулюються комплексом нормативно-правових актів різних рівнів, які визначають вимоги та рекомендації з обліку розрахунків. Треба відзначити, що законодавче регулювання бухгалтерського обліку операцій з розрахунками з покупцями та замовниками потребує більш докладного аналізу та вдосконалення, що може

виявитися у розробці окремого положення щодо бухгалтерського обліку або методичних вказівок.

Таблиця 2.1 містить внутрішні робочі документи, які контролюють облік розрахунків з покупцями.

Таблиця 2.1

Внутрішні робочі документи, що регулюють облік
розрахунків з покупцями [26]

№	Назва нормативного документу	Основний зміст
1	Облікова політика підприємства	Визначення методів організації і ведення бухгалтерського обліку на підприємстві враховує конкретні умови його діяльності.
2	Робочий план рахунків	Кожне підприємство розробляє свій власний робочий план рахунків, що включає лише ті рахунки, які мають практичне застосування на даному підприємстві. Робочий план рахунків підлягає затвердженню керівником підприємства. Однак порядок використання кожного рахунка є незмінним і встановленим інструкцією щодо застосування плану рахунків.
3	Розроблені первинні документи	Кожне підприємство має право розробити власні спеціалізовані первинні документи за умови наявності необхідних реквізитів (з метою внутрішнього управлінського обліку).

Джерело: сформовано на основі [26]

Для ефективної організації обліку та аналізу розрахунків з покупцями та замовниками на підприємствах, рекомендується використовувати наказ про облікову політику підприємства як збірку принципів, методів і процедур організації системи обліку даного процесу. Наказ про облікову політику підприємства є внутрішнім документом, що регулює організацію ведення бухгалтерського обліку на підприємстві [26].

Під час виконання основних функцій оптовими підприємствами виникає ряд логістичних потоків - товарні, фінансові (грошові), інформаційні - характеристики яких визначають тривалість операційного циклу оптової торгівлі (рис. 2.1) [8].

Підхід, спрямований на потоки, дозволяє визначити такі особливості оптової торговельної діяльності з точки зору логістики:

- підприємство оптової торгівлі не змінює фізичних якостей товарів в результаті оптової торгівлі, тобто не створює додаткових споживчих властивостей товарів як для виробників, так і для споживачів;

- фізичне переміщення товарів у просторі, зберігання до необхідного часу та формування необхідних партій товарів підприємством оптової торгівлі значно підвищує їх споживчу цінність для покупців (клієнтів) [8].



Рис. 2.1. Схема підприємств оптової торгівлі при використанні потокового підходу

Джерело: сформовано на основі [8]

Що стосується контролю, то перевірку розрахунків з покупцями та замовниками доцільно починати з перевірки виконання договірних зобов'язань. Укладений між сторонами договір є основою для проведення розрахунків. Господарський договір складається у формі єдиного документа, який підписується сторонами та скріплюється печатками. При укладанні господарського договору сторони мають чітко узгоджувати всі необхідні умови, включаючи предмет, ціну та термін дії договору [14].

Зараз існує безліч методів контролю розрахунків з покупцями та замовниками. Підприємства впроваджують гнучку систему знижок для дебіторів, де практикується спонтанне фінансування, а саме, стимулювання знижок через скорочення строків розрахунків. Все більш поширеними стають методи "аутсорсингу", коли залучаються треті сторони. Підприємство передає

іншій організації повноваження щодо роботи з боргами. Серед цих організацій є факторингові компанії і банки. Також до них можна віднести кредитні бюро, які займаються збором та аналізом інформації про контрагентів, юридичні фірми, які надають правову допомогу щодо укладення договорів, встановлення штрафів та санкцій у випадку невиконання, а також колекторські фірми, які безпосередньо займаються стягненням боргів з попереднім спробам уникнути відправлення справи до суду [14].

Щоб застосовувати ці методи ефективно, варто користуватися сучасними інструментами.

Цілком доцільно використовувати методи системного аналізу, зокрема метод аналізу ієрархії. Підприємство обирає коло потенційних дебіторів, аналізує їх фінансові показники та визначає узагальнюючий показник для кожного підприємства. Після цього проводить ранжування та приймає рішення про подальшу співпрацю з обраними контрагентами. Всі ці методи мають свої переваги та недоліки, і, звичайно, не існує жодного досконалого методу, який б на 100% гарантував захист підприємству від проблем з дебіторською заборгованістю [14].

При розробці процедури контролю за розрахунками з покупцями та замовниками важливим питанням є класифікація дебіторської заборгованості, яка складає основу для роботи алгоритму. Традиційна класифікація дебіторської заборгованості ґрунтується на правових оцінках та визначається як строкова або прострочена. Пропонується в рамках цього алгоритму класифікувати дебіторську заборгованість за критерієм її виплати, оцінюючи можливість своєчасного повернення підприємству: строкова, прострочена, безнадійна та сумнівна.

При взаємодії з юридичними особами, визначення суми боргу як безнадійної ґрунтується на порушенні строків позовної давності. Для цього потрібно мати розрахунок боргу, інформацію про виконану роботу, а також акт звірки взаєморозрахунків.

Важливо оцінювати показники якості та ліквідності дебіторської

заборгованості. Під показниками якості дебіторської заборгованості мається на увазі ймовірність отримання цієї заборгованості в повному обсязі.

Ця ймовірність визначається за терміном утворення заборгованості, а також часткою прострочених платежів у загальній сумі. Відхилення фактичної оборотності заборгованості покупців від умов договору може бути наслідком наступного:

- неефективної роботи в залученні коштів від клієнтів;
- труднощів із стягненням боргу в установлений термін;
- фінансових труднощів у покупців. Якщо першу причину можна усунути рішеннями керівництва підприємства, то дві інші проблеми пов'язані з якістю та ліквідністю дебіторської заборгованості [1].

Для здійснення контролю над дебіторською заборгованістю потрібно:

- 1) моніторити стан розрахунків з відстроченими (простроченими) платежами у покупців;
- 2) слідкувати за фінансовим станом клієнтської бази;
- 3) вести контроль за відношенням дебіторської та кредиторської заборгованостей (значне перевищення дебіторської заборгованості може створити загрозу фінансової стійкості підприємства);
- 4) мати контроль над кількістю та обсягами дебіторської заборгованості, наданої на спеціальних умовах [1].

Як показує практика ведення бізнесу у країнах з розвинутими ринковими умовами, структури підприємств широко використовують політику надання знижок. Це дозволяє отримати прибуток від раніше одержаних коштів, і цей прибуток виявиться більшим, ніж розмір наданої знижки. Якщо підприємства не надають знижок за довгострокову оплату рахунків, вони пропускають можливість отримати частину прибутку.

Міжнародні економісти та аналітики рекомендують наступні методи контролю за розрахунками з покупцями та замовниками:

- чітко визначати термін прострочених платежів на рахунках дебіторів та порівнювати цей термін з галузевими нормами, показниками конкурентів та

даними з минулих років;

- регулярно переглядати максимальну суму реалізації продукції, відходячи від фінансового стану клієнтів;
- у випадку виникнення проблем із стягненням грошей, вимагати заставу на суму, що не менше, ніж сума на рахунку дебітора;
- залучати установи, які спеціалізуються на стягненні боргів;
- реалізувати дебіторську заборгованість через факторингову компанію (цей метод розглядається як останній захід) [1].

Умови ринкової конкуренції призводять до того, що строгість умов надання кредиту означає, що клієнти, у яких виникають проблеми з оплатою, можуть відмовитися від продукції, робіт або послуг даного підприємства та укласти контракти з іншими компаніями, які пропонують більш гнучку кредитну політику. При виборі між пом'якшенням або посиленням кредитної політики необхідно порівнювати додатковий прибуток із витратами та втратами, які виникають при зміні політики стосовно розрахунків за реалізовану продукцію [1].

На сьогодні існує широкий вибір методів контролю розрахунків з покупцями та замовниками. Підприємства впроваджують гнучку систему надання знижок для дебіторів та здійснюють спонтанне фінансування, тобто пропонують знижки за скорочення термінів розрахунків. Чимало уваги приділяється методам "аутсорсингу" або залученню третіх осіб. Підприємства передають іншим організаціям повноваження з питань роботи з заборгованістю, такими організаціями можуть бути факторингові компанії і банки, а також кредитні бюро, які збирають та аналізують інформацію про контрагентів, юридичні фірми, які допомагають у правовому оформленні контрактів та встановленні штрафних санкцій у разі невиконання, і колекторські фірми, що займаються стягненням боргів з попередженням передачі справи до правоохоронних органів. Застосовуючи ці методи, важливо використовувати сучасні інструменти.

Рационально використовувати методи системного аналізу, зокрема метод

аналізу ієрархії. Підприємство визначає коло потенційних дебіторів, проводить аналіз їх фінансових показників і призначає узагальнюючий показник для кожного з них. На основі отриманих результатів робить ранжування та приймає рішення щодо подальшої співпраці з обраними контрагентами.

Усі ці підходи мають свої переваги і недоліки, і можна сказати, що не існує бездоганного методу, який би гарантував захист підприємства від проблем з дебіторською заборгованістю.

2.2. Облік розрахунків з покупцями підприємства

Бухгалтерський облік базується на початковій інформації, тому важливо, щоб усі комерційні та фінансово-господарські операції, які відбуваються на підприємстві, були належним чином задокументовані.

Відповідно до Положення "Про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку" від 24 травня 1995 року № 88, первинні документи на досліджуваному підприємстві складаються за типовими бланками, що затверджені Міністерством статистики України, а також за спеціалізованими бланками, затвердженими Міністерствами і відомствами України [7].

Первинні документи складаються під час здійснення господарської операції, а якщо це неможливо – негайно після її завершення. Інформація, яка міститься в прийнятих для обліку первинних документах, систематизується на рахунках бухгалтерського обліку в регістрах синтетичного та аналітичного обліку шляхом їх подвійного запису на взаємопов'язаних рахунках [5].

Господарські операції реєструються в облікових регістрах у тому звітному періоді, в якому вони відбулися. Облік платежів від покупців та замовників здійснюється на підставі угод та первинних документів, що підтверджують факт здійснення господарської операції [5].

Завдання організації документування цих операцій полягає в укладенні графіка документообігу, де вказані конкретні виконавці, дати видачі та передачі

документів до архіву. Графік документообігу розрахунків з покупцями на досліджуваному підприємстві представлений на рис. 2.2.

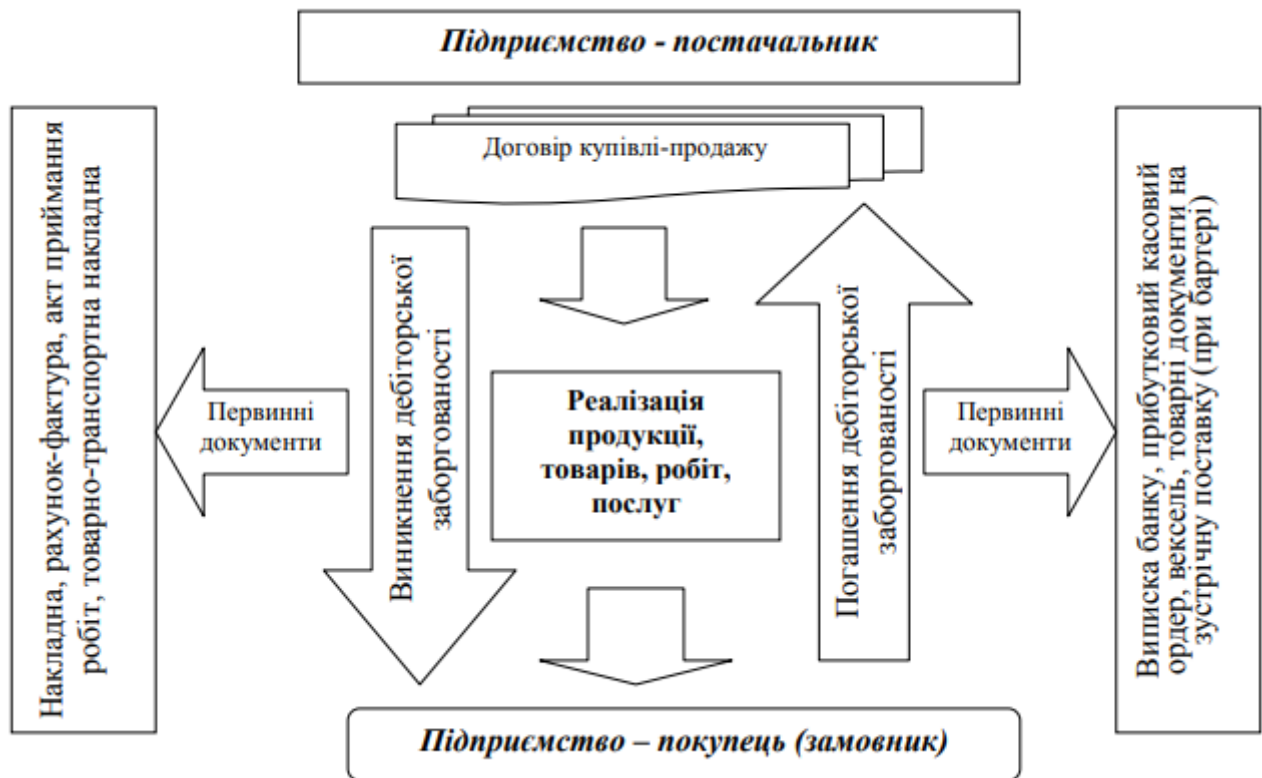


Рис. 2.2. Оформлення розрахунків з покупцями документами

Джерело: сформовано на основі [5]

До первинних документів, що використовуються для розрахунків з покупцями та замовниками, відносяться: накладні, рахунок-фактура, платіжна вимога-доручення, виписка з банку, товарно-транспортна накладна і податкова накладна [7].

Взаємні розрахунки виникають під час господарської діяльності підприємства, і, зазвичай, перед їх укладенням повинні бути укладені договори (контракти) про купівлю-продаж товарно-матеріальних цінностей, договори підряду на виконання різних робіт, надання послуг та інше [7].

На рис. 2.3 показано, як відображаються всі договірні зобов'язання на рахунках бухгалтерського обліку в залежності від типу договорів. "Консесуальні" договори є підставою для негайного відображення в бухгалтерському обліку, тоді як всі реальні договори мають бути відображені в

обліку відповідно до першої події. Формальні договори повинні бути відображені в момент набуття законної чинності.

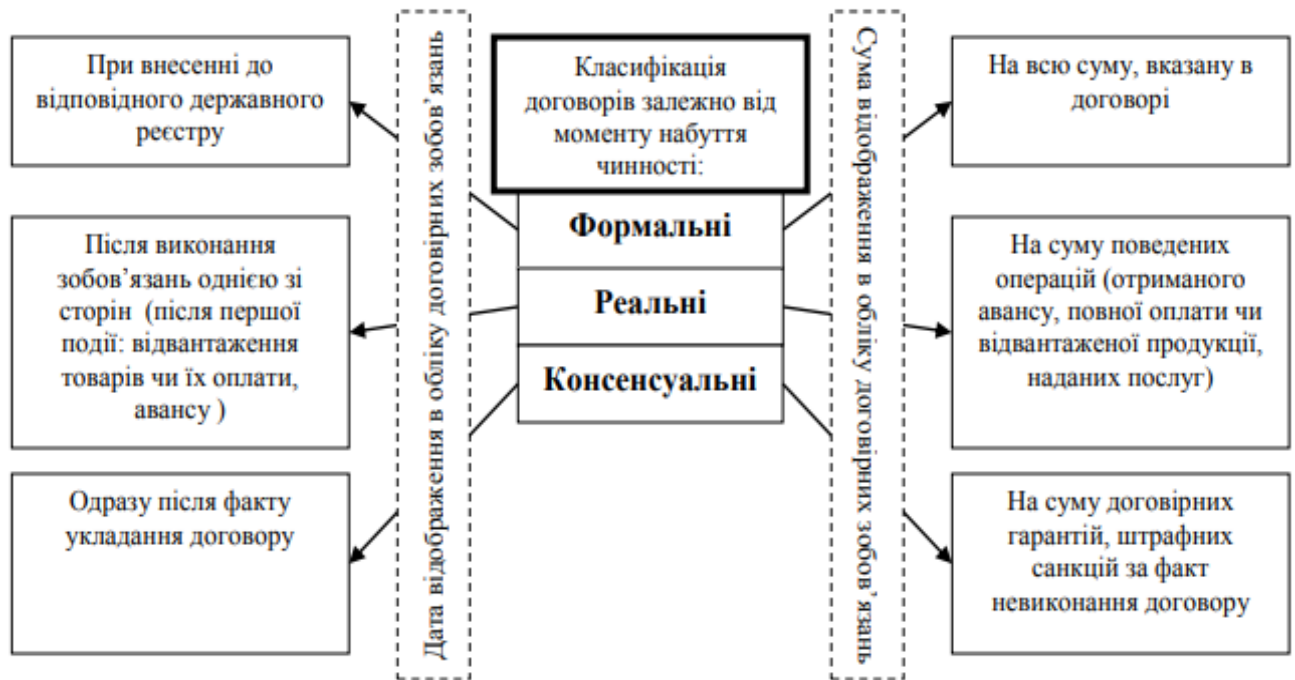


Рис. 2.3. Представлення договірних зобов'язань на балансових рахунках бухгалтерського обліку варіюється залежно від типу укладеного договору

Джерело: сформовано на основі [5]

Продаж готової продукції, робіт та послуг на підприємстві документується за допомогою накладних, специфікацій-накладних, рахунків, рахунків-фактур та товарно-транспортних накладних (ТТН).

При здійсненні операцій з постачання продукції та послуг бухгалтер підприємства надає покупцю податкову накладну після реєстрації її в Єдиному реєстрі податкових накладних. Підтвердженням прийняття податкової накладної та/або розрахунку коригування до Єдиного реєстру податкових накладних є квитанція в електронному вигляді у текстовому форматі, яка надсилається протягом операційного дня [7].

Правильно складена податкова накладна є документом, який дозволяє досліджуваному підприємству та його покупцю зараховувати суми ПДВ до податкового зобов'язання чи податкового кредиту (у покупця) за звітний період.

Отримання товарів безпосередньо зі складу підприємства відбувається за допомогою довіреності, виданої покупцем його представнику. Особи, які складають і підписують документи, несуть відповідальність за своєчасне та якісне складання документів, їх передачу у встановлені терміни для відображення у бухгалтерському обліку, а також достовірність даних, вказаних у документах. Працівники підприємства повинні створювати та подавати первинні документи, що відповідають сфері їх діяльності, згідно з графіком документообігу, виданим кожному виконавцю. Графік містить перелік документів, що відносяться до функціональних обов'язків виконавця, терміни їх надання та підрозділи підприємства, до яких передаються ці документи. Контроль за дотриманням виконання графіка документообігу на підприємстві покладено на головного бухгалтера [7].

У плані рахунків бухгалтерського обліку України для рахування розрахунків з покупцями та формування доходу від реалізації продукції передбачено використання балансових та позабалансових рахунків. Зокрема [7]:

- балансові рахунки:

- 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками» – використовується для відображення сум продажної вартості реалізованої продукції, товарів, виконаних робіт, наданих послуг (у тому числі за бартерними контрактами), що включає ПДВ, акцизи та інші обов'язкові платежі, що підлягають сплаті до бюджетів та позабюджетних фондів і враховані у вартості реалізації.

Згідно діючого Плану рахунків, рекомендується підприємствам відкривати чотири підрахунки до рахунку 36 "Розрахунки з покупцями та замовниками" (361 "Розрахунки з вітчизняними покупцями"; 362 "Розрахунки з іноземними покупцями"; 363 "Розрахунки з учасниками ПФГ"; 364 "Розрахунки за гарантійним забезпеченням");

- 37 «Розрахунки з різними дебіторами» призначений для узагальнення інформації з обліку розрахунків за поточною дебіторською заборгованістю з різними дебіторами, включаючи аванси, нараховані доходи, претензії,

відшкодування завданих збитків та інші операції.

– Рахунок 68 «Розрахунки за іншими операціями» має такі субрахунки:

- 681 «Розрахунки за авансами одержаними» - на цьому субрахунку узагальнюється інформація про отримані суми передоплати від покупців за рахунки постачальника за продукцію і виконані роботи;

- 682 «Внутрішні розрахунки» - на цьому субрахунку узагальнюється інформація щодо усіх видів поточних розрахунків з дочірніми і асоційованими підприємствами;

– 70 "Доходи від реалізації" - цей рахунок узагальнює інформацію про доходи від продажу готової продукції, товарів, робіт та послуг, а також суми знижок, наданих покупцям, і інші вирахування з загального доходу.

– 26 "Готова продукція" містить інформацію про наявність та переміщення готової продукції на підприємстві. До готової продукції включається продукція, яка пройшла через весь процес виробництва, проведена перевірка та відповідає умовам договорів з клієнтами і відповідає технічним стандартам.

– 90 "Собівартість реалізації" містить інформацію про вартість виготовленої та реалізованої готової продукції, товарів, виконаних робіт, та наданих послуг.

– 38 "Резерв сумнівних боргів" містить інформацію про суми, на які є сумніви щодо їх повернення, та утримані резерви для цих сум.;

- позабалансовий рахунок:

– 05 «Гарантії та забезпечення надані» - містить інформацію про видані підприємством гарантії та забезпечення, які стосуються виконання власних зобов'язань і платежів, а також зобов'язань та платежів інших підприємств [7].

Розрахунки з покупцями та замовниками, а також з різними дебіторами за податками і платежами, а також отримані векселі облікуються в Журналі 3 та відомостях аналітичного обліку 3.1, 3.2, 3.4, 3.5, 3.6. У розділі Журналу 3 відображаються обороти за кредитними рахунками 16, 34, 36, 37, 38. Записи в Журналі здійснюються на основі підсумкових даних Відомостей 3.1 та 3.4 та

первинних документів [7].

Отже, інформація про відносини з покупцями відображається на багатьох рахунках Плану рахунків бухгалтерського обліку, що зменшує трансляцію інформації про покупців для здійснення контролю за ними або ухвалення управлінських рішень щодо відносин з певними покупцями. Практика показує, що чотири виділені законодавством субрахунки до рахунку 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками» недостатньо розглядають відносини з покупцями, що також сповільнює передачу інформації про покупців для контролю за ними або ухвалення управлінських рішень стосовно відносин з певними покупцями.

2.3. Механізм внутрішнього контролю за розрахунками з покупцями

Підприємство реалізує матеріальні цінності та надає послуги під час своєї діяльності, що призводить до виникнення розрахункових відносин з покупцями та замовниками. Вірно організовані розрахунки з ними мають великий вплив на організацію поставок та матеріального забезпечення відповідно до умов договорів та комерційних угод. Внутрішній контроль за розрахунками з покупцями та замовниками дозволяє ефективно виявляти недоліки в системі обліку та реалізації дебіторської заборгованості [14].

Внутрішній контроль є одним з основних інструментів для підвищення ефективності управління різними підприємствами, включаючи акціонерні товариства. Контроль є важливим елементом управління, оскільки він надає реальну оцінку результатів діяльності підприємства. Однак у зв'язку з вимогами ринкових реформ існуючі контрольні-ревізійні служби, що відповідають за цю функцію, потребують удосконалення контрольної функції внутрішнього контролю. Потреба у створенні служби внутрішнього контролю виникає з того, що керівникам необхідно мати точне уявлення про реальний стан речей на підприємстві. Хоча адміністрація підприємства розробляє політику й процедури, персонал підприємства не завжди може їх розуміти або не завжди

виконує їх вказівки з різних причин [1].

Потреба в проведенні внутрішнього контролю також пояснюється тим, що вищий рівень управління підприємством не має можливості безпосередньо контролювати щоденну діяльність виробничих, структурних та функціональних підрозділів підприємства, тому виникає потреба у відомостях, що формуються на нижчому рівні управління [1].

Головними завданнями контролю розрахунків з покупцями та замовниками є:

- перевірка правильності списання заборгованості покупців та замовників в разі прострочення строку позикової давності;
- перевірка наявності укладених договорів з покупцями та замовниками;
- перевірка достовірності відображення розрахунків з покупцями та замовниками у бухгалтерському обліку залежно від обраного методу визначення реалізації;
- перевірка правильності оформлення первинних документів;
- перевірка правильності використання реєстрів бухгалтерського обліку та повноти відображення в них розрахунків з покупцями та замовниками;
- контроль за дотриманням строків позикової давності з розрахунками з покупцями та замовниками [1].

Контроль за процесом розрахунків з покупцями та замовниками можна здійснювати в кілька етапів (рис. 2.4).

Підприємство у процесі своєї діяльності не завжди проводить грошові розрахунки з покупцями та замовниками одночасно з передачею майна, виконанням робіт чи наданням послуг, що призводить до утворення дебіторської заборгованості [14].

Згідно з Податковим кодексом України, дебітор - це особа, у якої унаслідок певних подій сформувалася заборгованість перед іншою особою у формі певної суми коштів, їх еквіваленту або інших активів. [18].

Відповідно до НП(С)БО 10 "Дебіторська заборгованість" дебіторами є фізичні та юридичні особи, які заборгували підприємству певні суми грошових коштів, їх еквівалентів або інших активів внаслідок минулих подій. Дебіторська

заборгованість - це сума заборгованості дебіторів підприємству на певну дату. [13].

В умовах кризи неплатежів особливо важливим стає ефективне управління дебіторською заборгованістю, своєчасне її повернення та попередження безнадійних боргів. При цьому варто пам'ятати, що політика управління дебіторською заборгованістю є одночасно складовою не лише фінансової, а й маркетингової стратегії підприємства [3, с. 157].

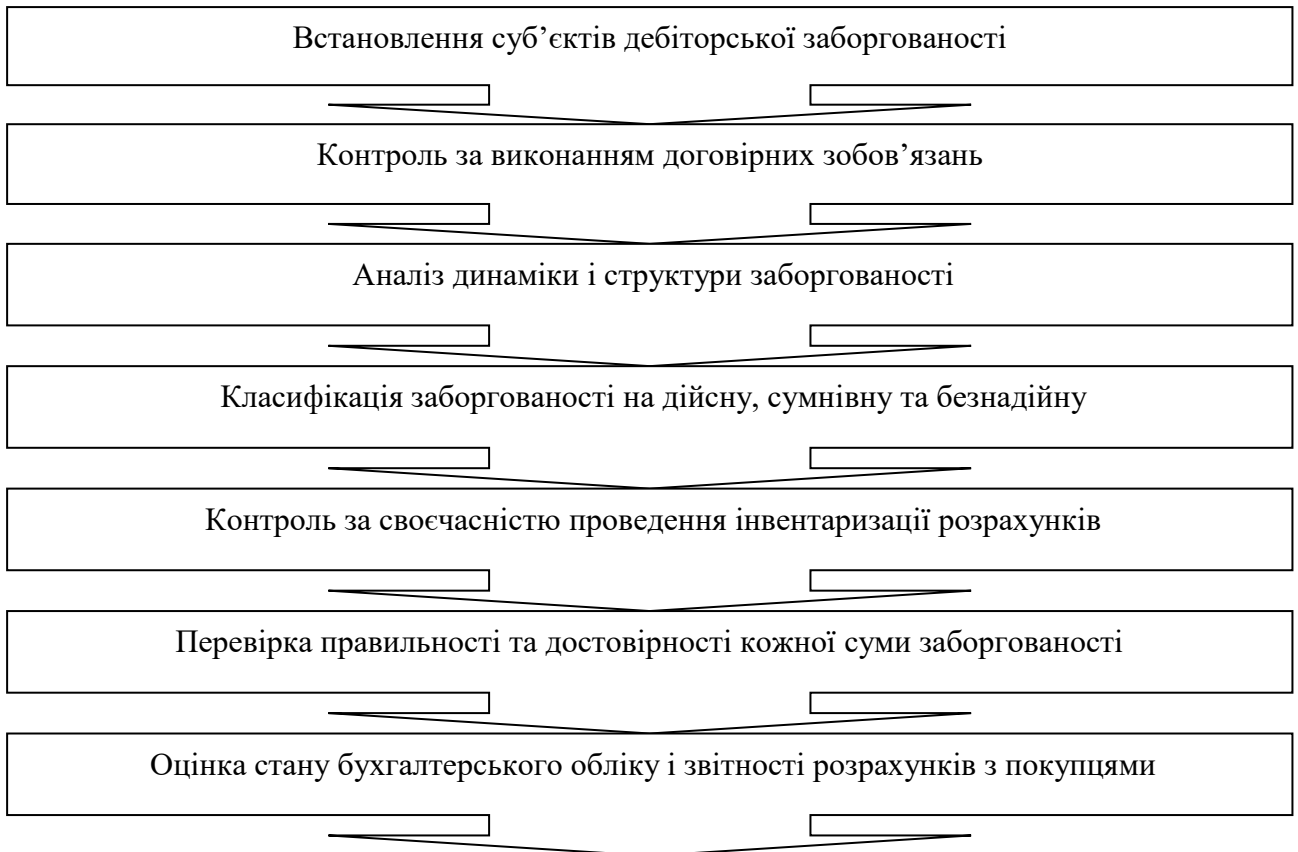


Рис. 2.4. Етапи здійснення контролю за розрахунками з покупцями

Джерело: сформовано на основі [14]

В залежності від того, чи можливо погасити заборгованість за товари, роботи та послуги, дебіторська заборгованість поділяється на дійсну, сумнівну та безнадійну. Дійсна дебіторська заборгованість - це така заборгованість, яка буде погашена відповідно до умов договору та стосовно якої немає сумнівів щодо її погашення. Сумнівна дебіторська заборгованість - це заборгованість, стосовно якої існує невизначеність у її погашенні боржником. Безнадійна заборгованість - це заборгованість, стосовно якої існує впевненість, що боржник не поверне її, або строк позовної давності вже минув [14].

Контроль за дебіторською заборгованістю за товари, роботи та послуги доцільно здійснювати, враховуючи ці види заборгованості. (рис. 2.5).

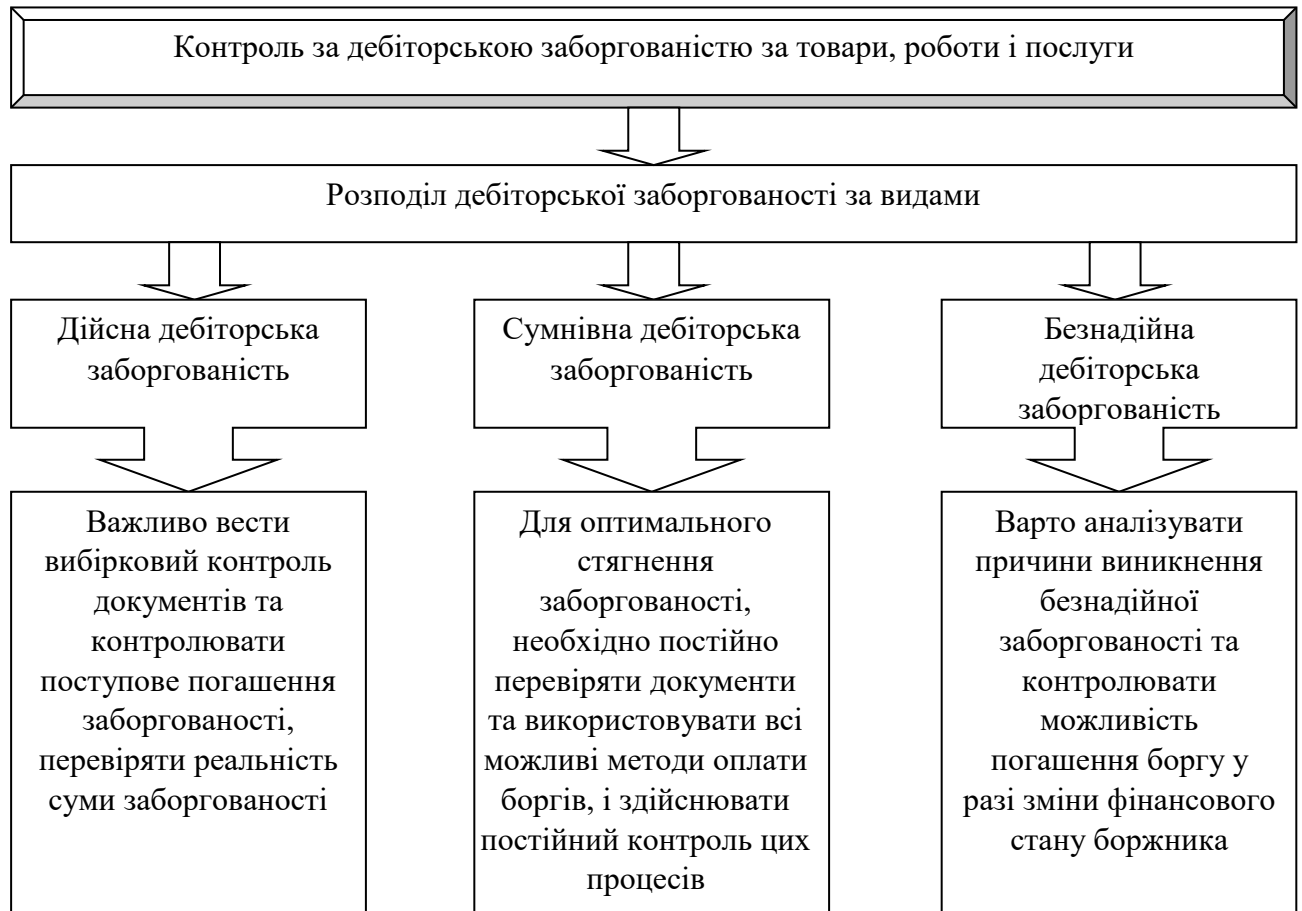


Рис. 2.5. Контроль за видами дебіторської заборгованості за товари, роботи, послуги

Джерело: сформовано на основі [14]

Під час внутрішнього контролю над дебіторською заборгованістю за товари, роботи та послуги слід приділяти увагу створенню та використанню резерву для сумнівних боргів. Формування цього резерву базується на принципі обачності, згідно з яким методи оцінки, використані в бухгалтерському обліку, мають запобігати заниженню оцінки зобов'язань та витрат, а також завищенню оцінки активів і доходів підприємства. Таким чином, резерв для сумнівних боргів виконує функцію інструмента коригування оцінки дебіторської заборгованості. [21]

Контроль за систематичним проведенням інвентаризації розрахунків з покупцями та замовниками є важливим завданням. Згідно з Положенням про

інвентаризацію активів та зобов'язань, інвентаризація дебіторської заборгованості заснована на звірці документів та записів у реєстрах обліку, перевірці обґрунтованості сум, відображених на відповідних рахунках, та оформлюється актом інвентаризації [19].

Під час проведення інвентаризації усім покупцям та замовникам надсилаються виписки з аналітичних рахунків для підтвердження їхньої заборгованості. Згідно з вимогами, інвентаризація повинна бути проведена щорічно перед складанням річної фінансової звітності. Однак, для своєчасного виявлення сумнівної заборгованості та вжиття заходів щодо її стягнення, рекомендується проводити інвентаризацію розрахунків з покупцями та замовниками щоквартально [14].

При здійсненні контролю розрахунків з покупцями та замовниками необхідно перевіряти достовірність та реальність кожної суми заборгованості. Для покращення репрезентативності результатів контролю розрахунків можуть бути складені різноманітні аналітичні таблиці, які узагальнюватимуть найважливішу інформацію, отриману під час перевірки.

Під час контролю особливу увагу приділяють перевірці реальності та достовірності кожної суми розрахунків та підтвердження їх документальної обґрунтованості. Це включає перевірку стану аналітичного обліку розрахунків і відповідність його даним первинних документів, таких як накладні та акти виконаних робіт. Це пояснюється важливістю правильного обліку та належного документального забезпечення розрахунків з покупцями та замовниками. Несвоєчасне виявлення помилок у розрахункових документах може призвести до виникнення спірної заборгованості та порушення термінів пред'явлення за нею претензій. [1].

Також під час контролю аналізується правильність відображення господарських операцій в обліку за допомогою перевірки типових відповідностей рахунків, що дозволяє виявляти спотворення облікових даних.

Після аналізу найпоширеніших методів та механізмів контролю дебіторської заборгованості, ми прийшли до наступних висновків:

- дебіторська заборгованість у розрахунках з покупцями та замовниками є невід'ємною складовою господарської діяльності;

- потрібно постійно вдосконалювати методи контролю дебіторської заборгованості, оскільки саме ці методи є частиною загальної стратегії управління оборотними активами та маркетингової політики підприємства і визначають ефективність його роботи;

- для ефективного управління заборгованістю підприємство повинно мати детальну інформацію про своїх дебіторів;

- у разі очікування відновлення платоспроможності дебітора, організація може створити резерв на сумнівні борги [14].

Для ефективної роботи підприємства необхідно постійно контролювати розрахунки з покупцями та замовниками. Варто намагатися вдосконалювати систему контролю над дебіторською заборгованістю, застосовуючи такі способи, як створення резерву на сумнівні борги (якщо заборгованість не вважається безнадійною) та систематична інвентаризація розрахунків.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

Інформація про відносини з покупцями відображається на багатьох рахунках Плану рахунків бухгалтерського обліку, що уповільнює трансляцію інформації про покупців для здійснення контролю за ними або ухвалення управлінських рішень щодо відносин з певними покупцями. Практика показує, що чотири виділені законодавством субрахунки до рахунку 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками» недостатньо розглядають відносини з покупцями, що також сповільнює передачу інформації про покупців для контролю за ними або ухвалення управлінських рішень стосовно відносин з певними покупцями.

Для здійснення контролю над дебіторською заборгованістю потрібно:

1) моніторити стан розрахунків з відстроченими (простроченими) платежами у покупців;

2) слідкувати за фінансовим станом клієнтської бази;

3) вести контроль за відношенням дебіторської та кредиторської заборгованостей (значне перевищення дебіторської заборгованості може

створити загрозу фінансової стійкості підприємства);

4) мати контроль над кількістю та обсягами дебіторської заборгованості, наданої на спеціальних умовах.

Міжнародні економісти та аналітики рекомендують наступні методи контролю за розрахунками з покупцями та замовниками:

- чітко визначати термін прострочених платежів на рахунках дебіторів та порівнювати цей термін з галузевими нормами, показниками конкурентів та даними з минулих років;

- регулярно переглядати максимальну суму реалізації продукції, відходячи від фінансового стану клієнтів;

- у випадку виникнення проблем із стягненням грошей, вимагати заставу на суму, що не менше, ніж сума на рахунку дебітора;

- залучати установи, які спеціалізуються на стягненні боргів;

- реалізувати дебіторську заборгованість через факторингову компанію (цей метод розглядається як останній захід).

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі проведено теоретичний аналіз та розроблено новий підхід до важливої науково-прикладної проблеми, яка полягає в розробці теоретико-методологічних засад, методичного забезпечення та вивченні науково-практичних підходів до організації обліку та контролю розрахунків щ покупцями на підприємствах оптової торгівлі:

1. На сучасному етапі, який відзначається перетвореннями у національній економіці та інтенсивним розвитком ринкової інфраструктури, оптова торгівля набуває все більшої значущості, як ключовий ланка, який утворює зв'язок між виробництвом та споживанням. На сьогоднішній день оптова торгівля в Україні починає активно реагувати на сучасні умови та демонструє позитивну динаміку розвитку, що проявляється у зростанні обсягів товарообігу та створенні додаткових можливостей для економічного розвитку країни.

2. Економічний зміст розрахунків з покупцями полягає в обміні продукції, товарів, послуг на гроші або інші товари. Ці розрахунки є одним із основних процесів у бізнесі та дозволяють підприємствам отримувати прибуток, підтримувати ланцюжок постачання та задовольняти потреби споживачів. Вони також відображають фінансові взаємини між підприємствами та споживачами, враховуючи різні аспекти, такі як умови оплати, кредитування, знижки і відстрочки платежів.

3. Організація обліку та контролю за розрахунками з покупцями є важливою складовою фінансового управління підприємством. Цей процес включає в себе регулярне моніторинг та аналіз розрахунків з покупцями, включаючи виставлення рахунків, контроль за заборгованістю покупців, взаємовідносини з банками для отримання оплати, контроль за строками платежів, вирішення спірних ситуацій та відзначення неплатоспроможних покупців.

4. Інформація про відносини з покупцями відображається в рахунках Плану рахунків бухгалтерського обліку, і це уповільнює трансляцію інформації

про покупців для здійснення контролю за ними або ухвалення управлінських рішень щодо відносин з певними покупцями. Практика показує, що чотири виділені законодавством субрахунки до рахунку 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками» недостатньо розглядають відносини з покупцями, що також сповільнює передачу інформації про покупців для контролю за ними або ухвалення управлінських рішень стосовно відносин з певними покупцями.

5. Для здійснення контролю над дебіторською заборгованістю потрібно:

1) моніторити стан розрахунків з відстроченими (простроченими) платежами у покупців;

2) слідкувати за фінансовим станом клієнтської бази;

3) вести контроль за відношенням дебіторської та кредиторської заборгованостей (значне перевищення дебіторської заборгованості може створити загрозу фінансової стійкості підприємства);

4) мати контроль над кількістю та обсягами дебіторської заборгованості, наданої на спеціальних умовах.

5. Міжнародні економісти та аналітики рекомендують наступні методи контролю за розрахунками з покупцями та замовниками:

- чітко визначати термін прострочених платежів на рахунках дебіторів та порівнювати цей термін з галузевими нормами, показниками конкурентів та даними з минулих років;

- регулярно переглядати максимальну суму реалізації продукції, відходячи від фінансового стану клієнтів;

- у випадку виникнення проблем із стягненням грошей, вимагати заставу на суму, що не менше, ніж сума на рахунку дебітора;

- залучати установи, які спеціалізуються на стягненні боргів;

- реалізувати дебіторську заборгованість через факторингову компанію (цей метод розглядається як останній захід).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Волковицька О. М., Болтач С. Ю. Механізм та інструменти контролю розрахунків з покупцями і замовниками в сучасних умовах господарювання. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 1. С. 34-37
2. Гуцаленко Л. В., Коцупатрий М. М., Марчук У. О. Внутрішньогосподарський контроль: навч. посіб. Київ : «Центр учбової літератури», 2014. 496 с.
3. Гуцаленко Л. В., Слободянюк І. С. Контроль дебіторської заборгованості в управлінні підприємством. *Економічні науки*. Випуск 1 (56). Т. 3. 2012. С. 154-159.
4. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 14.11.2023)
5. Жарникова В.В. Облік розрахунків з покупцями: систематизація поглядів та перспективи досліджень. *Європейський науковий журнал Економічних та Фінансових інновацій*. 2018. Вип. 2, 48-64.
6. Жарнікова В. В. Сучасні підходи до формування обліково–аналітичної бази організації обліку розрахунків з покупцями. *Ефективна економіка*. 2019. № 6. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7145> (дата звернення: 25.11.2023).
7. Законодавство України. URL: <https://www.rada.gov.ua/news/zak> (дата звернення: 14.11.2023)
8. Ільченко Н. Б. Хомчук М. В. Особливості формування логістичної стратегії та управління бізнес-процесами на підприємстві оптової торгівлі. Корпоративне управління : процеси, стратегії, технології : кол. монографія / за заг. ред. К.С. Шапошникова та ін. Херсон : Гельветика, 2015. 536 с.
9. Кошельок Г. В. Сучасний стан і перспективи розвитку оптової торгівлі в Україні. *Інтелект XXI*. 2018. № 1. С. 80-85.

10. Мазаракі А. А., Пшеслінський Д. М., Смолін І. В. Торговельне підприємство: стратегія, політика, конкурентоспроможність. Монографія. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. С. 125.

11. Маркова Т. Д., Стрепенюк М. М., Римар Г. А. Аспекти обліку розрахунків з покупцями та замовниками за готову продукцію в сучасних умовах. *Економіка харчової промисловості*. 2018. Т. 10, Вип. 1. С. 96-102.

12. Москалюк Г. О. Облік та контроль дебіторської заборгованості: існуючі проблеми та шляхи їх вирішення. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка» «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку»*. № 721. Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2012. С. 173-179.

13. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість», затверджене наказом Міністерства фінансів від 08.10.99 р. № 237. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0391-99> (дата звернення: 14.11.2023)

14. Непочатова В. С. Внутрішній контроль розрахунків з покупцями та замовниками. *Молодий вчений*. 2016. № 3. С. 134-138

15. Пархоменко В.М. Розрахунки з покупцями та замовниками: обліковий аспект. *Вісник ЖДТУ: економічні науки*. 2012. № 3 (61). С. 143-145

16. Пашкуда Т.В., Афенді А.І. Напрями розвитку торгівлі в Україні в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2022. № 43. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1759> (дата звернення: 14.11.2023)

17. Петренко О. П., Сокурєнко К. С. Проблеми обліку розрахунків з покупцями та замовниками на аграрному підприємстві. *Підприємницька модель економіки та управління розвитком підприємства* : тези І Міжн. наук.-практ. конф. (8-9 листопада 2018 р.). Житомир, 2018. С. 676-679.

18. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> 10. (дата звернення: 14.11.2023).

19. Положення про інвентаризацію активів та зобов'язань, затверджене наказом Міністерства фінансів України від 02.09.2014 № 879. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1365-14> (дата звернення: 14.11.2023).

20. Попович, О., Філімонова, С. Організація обліку розрахунків з покупцями та замовниками. *Молодий вчений*, 2023. № 9 (121), С. 26-30. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2023-9-121-6> (дата звернення: 14.11.2023).

21. Проскуріна Н. М. Резерв сумнівних боргів: удосконалення методики розрахунку. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»: збірник наукових праць*, 2014. Випуск 25. С. 195–199.

22. Слепченко В.П., Скрипник М.І. Методика обліку розрахунків підприємства з покупцями і замовниками. *Економіка та суспільство*. № 29. 2021. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/538/516>. (дата звернення: 14.11.2023).

23. Український бізнес в умовах війни: аналітика стану за п'ять місяців URL: <https://business.dia.gov.ua/cases/novini/ukrainskij-biznes-v-umovah-vijni-analitika-stanu-za-pat-misaciv> (дата звернення: 27.11.2023).

24. Шалева О. Специфіка та сучасний стан розвитку оптової торгівлі як сфери логістичної діяльності. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/45871/1/Олександра%20Шалева.pdf> (дата звернення: 14.11.2023).

25. Яременко Л.М. Обліково-аналітичне забезпечення управління дебіторською заборгованістю в системі забезпечення ефективної діяльності підприємства. *Ефективна економіка*. 2021. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9714> (дата звернення: 10.11.2023).

26. Цегельник Н. І. Бухгалтерський облік розрахунків з покупцями та замовниками: організація та методика: дис. ... к-та екон. наук : 08.00.09 / ЖДТУ. Житомир, 2019. 275 с.

27. Бацула Б., Вербицький Є. Облік процесу реалізації готової продукції та формування фінансових результатів. *Роль бухгалтерського обліку, аудиту та податкової політики у розбудові незалежної України на шляху до Європейського Союзу*: зб. праць учасників Між. наук.-практ. інтернет-конф., м. Житомир, 10 листопада 2022 р.: Поліський університет, 2022. С. 164-167

28. Бацула Б.С., Рісч Н.Ю. Організація бухгалтерського обліку розрахунків з покупцями і замовниками. *Роль бухгалтерського обліку, аудиту та податкової політики у розбудові незалежної України на шляху до Європейського Союзу*: зб. праць учасників Між. наук.-практ. інтернет-конф., м. Житомир, 10 листопада 2023 р.: Поліський університет, 2023. С. 174-177.

Додатки