

## ОБЛІК ВИРАХУВАНЬ З ДОХОДУ ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

(Представлено к.е.н., доц. Киян А.В. )

*Особливу увагу в статті приділено питанню обліку надання знижок покупцям при реалізації готової продукції. Досліджено головні питання, що виникають при веденні обліку реалізації продукції. Внесено пропозиції щодо вибору системи надання знижок та спрощення процесу ціноутворення, з метою створення сприятливих умов ведення господарської діяльності, розширення клієнтської бази, заохочення постійних клієнтів.*

**Ключові слова:** реалізація готової продукції, процес ціноутворення, надання знижки, бухгалтерський облік надання знижок, рентабельність реалізації.

**Постановка проблеми.** Ефективність ведення господарської діяльності та отримання прибутку в кінцевому результаті, це головна мета роботи підприємства. Своєчасна реалізація готової продукції забезпечує організації повернення коштів, витрачених на виробництво продукції, і створює базу для забезпечення безперебійної роботи підприємства та виробничого процесу. На сьогодні на конкурентному ринку ведеться справжня боротьба за покупця. Тому питання щодо обліку доходів та відповідних вирахувань стають дедалі актуальнішими.

**Аналіз основних досліджень і публікацій.** Дослідженням питання вирахувань з доходу при реалізації готової продукції на промислових підприємствах та їх документального оформлення приділяли увагу ряд вітчизняних науковців і практиків, зокрема Н.М. Ткаченко, О.В. Борович, І.Л. Цюцяк, А.Л. Цюцяк [3], Я.В. Литвиненко. [4]. Більше уваги у сучасних дослідженнях приділяється питанню вирахувань з доходів при реалізації товарів у роздрібній торгівлі.

**Метою статті** є дослідження сучасного стану обліку вирахувань з доходу при реалізації готової продукції на промислових підприємствах.

**Викладення основного матеріалу.** Надання знижок промисловими підприємствами є одним із можливих методів для збільшення обсягів реалізації продукції розширення клієнтської бази, заохочення постійних покупців. Використання правильної системи знижок дає змогу отримувати додатковий прибуток за рахунок збільшення товарообігу.

Згідно Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 "Дохід", дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) - загальний дохід (виручка) від реалізації продукції, товарів, робіт або послуг без вирахування наданих знижок, повернення раніше проданих товарів та непрямих податків і зборів (податку на додану вартість, акцизного збору тощо).

Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) визначається шляхом вирахування з доходу від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг наданих знижок, вартості повернутих раніше проданих товарів, доходів, що за договорами належать комітентам (принципалам тощо), та податків і зборів.

До вирахувань з доходу включаються надані знижки, та вартість повернених товарів. Для обліку таких вирахувань призначений субрахунок № 704 "Вирахування з доходу".

На субрахунку 704 "Вирахування з доходу" за дебетом відображаються суми надходжень за договорами комісії, агентськими та іншими аналогічними договорами на користь комітентів, принципалів; сума наданих після дати реалізації знижок покупцям, вартість повернених покупцем продукції та товарів та інші суми, що підлягають вирахуванню з доходу. За кредитом субрахунку 704 відображається списання дебетових оборотів на рахунок 79 "Фінансові результати".

В сучасних умовах торгового ринку для залучення покупців знижки – найефективніший засіб. Чимало підприємств стикаються з проблемами їх обліку.

Знижка - це засіб стимулювання збуту продукції, що являє собою зниження ціни продукції (товарів, послуг, робіт). Щоб знижка виконала своє призначення, вона повинна бути економічно обгрунтована. Так, при встановленні знижки необхідно враховувати такі фактори:

- обсяг витрат обігу (зарплата продавців, доставка товару покупцю та інші витрати);

- бажана рентабельність продажів (або їх беззбитковість);

- витрати на утримання товарних запасів, які будуть понесені підприємством у майбутньому, якщо товар не буде проданий зараз зі знижкою;

- витрати на рекламну кампанію, пов'язану з наданням знижок тощо.

На промислових підприємствах переважно застосовують вибірні знижки на окремих вид продукції, залежно від вартості укладеного договору, залежно від покупця.

Система зниження ціни товару за рахунок знижок стала дуже популярною останнім часом. Найчастіше на практиці застосовують такі види торговельних знижок:

- за кількість купованого товару;

- за певну суму купівлі;

- сезонні;

- спеціальні знижки.

Порядок реалізації товару зі знижкою регулюється на торговельному підприємстві спеціальним внутрішнім нормативним документом, яким може бути Положення про продаж товару зі знижкою, затверджене наказом по підприємству, або сам наказ.

Цей документ потрібен для того, щоб до торговельного підприємства не було претензій як з боку покупців, так і з боку контролюючих органів із захисту прав споживачів, а також щоб уникнути зловживання системою знижок співробітниками підприємства.

Цінова знижка — це частина ціни товару, яку можуть впроваджувати підприємства-виробники з метою стимулювання і зацікавлення підприємств-реалізаторів продавати продукцію. Цінові знижки є добровільними і необов'язковими[4].

Підприємство-виробник самостійно може визначати ціну реалізації своєї продукції з урахуванням особливостей споживачів та інших чинників. При

реалізації продукції та з метою стимулювання покупців і замовників, підприємство надає різні знижки.

Визначення порядку обліку знижок залежить від часу надання знижки: до реалізації (відвантаження) товару чи після.

Знижка, надана після реалізації (відвантаження), визначається як зміна (зменшення) ціни товару і має особливості відображення як у бухгалтерському, так і у податковому обліку.

Знижка, надана до реалізації товару, являється елементом ціноутворення, і відображається в обліку як дохід від продажу за ціною реалізації.

Як окремий вид знижки можна виділити уцінку. Це зниження ціни на продукцію у разі втрати ним споживчих властивостей і зниження попиту на нього. Розмір уцінки визначається на підприємствах-виробниках і торговельних підприємствах призначеною комісією. Після уцінки на продукцію виставляється нова ціна[3].

Ведення бухгалтерського обліку наданих знижок досить клопіткий процес і потребує постійного контролю за часом та об'ємом проданої продукції відповідно до умов укладеного договору поставки між сторонами для правильного визначення суми знижки. В результаті чого можуть виникати спірні питання. Тому доцільніше використовувати найменш ризикований варіант надання та обліку знижок.

Часто промислові підприємства реалізують готову продукцію за різними цінами в залежності від споживача, тобто деякі підприємства відпускають продукцію своїм працівникам за зниженими цінами. В цьому числі можуть бути і підприємства, що мають «особливі» відносини з реалізатором, тобто є підрозділами одного підприємства, організації чи галузі. Облікова політика таких підприємств передбачає реалізацію своєї продукції за різними умовами.

Наказом по підприємству затверджуються умови реалізації готової продукції та відпускні ціни. За основу ціноутворення при таких умовах може служити рентабельність реалізації.

Наведемо приклад розрахунку ціни реалізації готової продукції в таблиці 1.

Таблиця 1.  
Розрахунок ціни реалізації продукції ПАТ «Граніт» станом на 01.11.2016р.  
грн.

Вид щебеневої продукції	Повна собіватість	Рентабельність 5 %		Рентабельність 20 %		Рентабельність 50 %	
		Ціна без ПДВ	Ціна з ПДВ	Ціна без ПДВ	Ціна з ПДВ	Ціна без ПДВ	Ціна з ПДВ
фракція 5х20	105,6	110,88	133,06	116,16	139,39	121,44	145,73
фракція 20х40	155,2	163,96	195,55	170,72	204,86	178,48	214,18
фракція 25х60	163,7	171,86	206,26	180,07	216,08	188,26	225,91

Наведемо приклад наказу по підприємству, щодо умов продажу готової продукції:

1. Реалізацію готової продукції працівникам підприємства та підприємствам, що входять до складу ПАТ «Граніт» проводити за цінами з 5% рентабельністю.

2. Реалізацію готової продукції підприємствам державного сектору та іншим організаціям при купівлі продукції однією партією загальною вартістю більше 500 тис. грн. проводити за цінами з 20% рентабельністю.

3. Реалізацію готової продукції стороннім споживачам проводити за цінами з 50% рентабельністю.

4. Економісту підприємства Марченко С.Р. не рідше одного разу на місяць переглядати ціни на відповідність фактичній собівартості з рентабельністю не менше 5%.

**Висновки.** При реалізації готової продукції промисловим підприємством, як постачальником, за домовленістю, можуть надавати покупцям знижки. Для забезпечення якісного та всебічного обліку наданих знижок на промислових підприємствах необхідно мати оперативну інформацію про собівартість виготовленої продукції, запас продукції, план виробництва. Ці відомості необхідні для аналізу, контролю та прийняття відповідних рішень та вибору дій, щодо реалізації готової продукції, спрямованих на покращення фінансового результату підприємства.

#### **Список використаної літератури:**

1. Сучасний бухгалтерський облік, аналіз і аудит: галузевий аспект: колективна монографія у 2 т. / за ред. П.І. Атамас. – Дніпропетровськ : «Герда», 2013.–Т.1.– 358с.,Т.2.– 414с.

2. П(С)БО 15 «Дохід» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99>

3. Фінансовий облік 2: навч. посіб. / [Н.М. Ткаченко, О.В. Борович, І.Л. Цюцяк, А.Л. Цюцяк]; за заг. ред. Н.М. Ткаченко. - К.: Алєрта, 2014. - 456 с.

4. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. / Я.В. Литвиненко. — К. : Знання, 2010. — 294 с.

#### **References.**

1. Atamas, P.І. (2013), "*Suchasnyy bukhhalters'kyy oblik, analiz i audyt: haluzevyyy aspekt*" [Modern accounting, analysis and audit, sectoral dimension]", Herda, Dnipropetrovs'k, Ukraine, 414 p.

2. Cabinet of Ministers of Ukraine (1999), "On approval of Regulations (standard) accounting 15 "RevenueP(S)BO 15 "Dokhid", available at:<http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99> (Accessed 10 July 2016).

3. Financial accounting 2: study. manual. / [N. M. Tkachenko, A. V. Borovich, I. L. Zsak, A.L. Zsak]; for zag. N. M. Tkachenko. - K.: Alєrta, 2014. - 456 p.

4. Marketing pricing policy: textbook. manual. / J. V. Litvinenko. — K. : Knowledge, 2010. — 294 p.

КУПРИНЕНКО Ніна Михайлівна – магістр Житомирського національного агроекологічного університету, спеціальність «Облік і оподаткування».

Наукові інтереси:

- обліково-методичні аспекти бухгалтерського обліку доходів від реалізації готової продукції на підприємстві.