

В. В. Гливенко, канд. екон. наук, доцент, професор кафедри бухгалтерського обліку, оподаткування та аудиту

О. В. Росохач, студентка

Чернігівський національний технологічний університет, м. Чернігів, Україна

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ТОВАРІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТОРГІВЛІ

Ключові слова: організація обліку, торгівля, товари.

Однією з важливих передумов ефективного функціонування економіки є розвиток торгівлі, яка має спиратись як на державний, так і на ринковий механізми впливу на споживчий ринок. За формою організації і виконуваними функціями торгової підприємства поділяються на оптові та роздрібні [1].

Згідно з Господарським кодексом України (ст. 263) господарсько-торговельною є діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання у сфері товарного обігу, спрямована на реалізацію продукції виробничо-технічного призначення і виробів народного споживання, а також допоміжна діяльність, яка забезпечує їх реалізацію шляхом надання відповідних послуг [2].

Форма організації торгових підприємств впливає безпосереднім чином і на організацію обліку товарів. На підприємствах оптової торгівлі облік товарів може здійснюватися як за складськими, так і за продажними (роздрібними) цінами. На підприємствах роздрібною торгівлі облік товарів здійснюється за продажними цінами.

Аналітичний облік товарів ведеться за їх найменуванням або однорідною групою. За журнальної форми аналітичний облік ведеться в розділі 4 журналу 5-а, за спрощеної форми – у відомості 2-м.

Облік товарів і тари в торговельних підприємствах ведеться на рахунку 28 «Товари» в розрізі відповідних субрахунків.

На рахунку 28 «Товари» ведеться облік руху товарно-матеріальних цінностей, придбаних для продажу без переробки, й одержання нового продукту за первісною вартістю, або за цінами реалізації. За дебетом рахунку відображається збільшення вартості придбаних (отриманих) товарів, за кредитом – зменшення вартості реалізованих (вибулих) товарів [3]. Товари обліковують за видами, найменуванням, сортами за купівельною вартістю, яка включає торгову націнку. Тому при оприбуткуванні товарів складають розрахунок націнки на них і під звіт матеріально відповідальним особам відносять їх повну вартість. Реалізацію товарів проводять на основі накладних, у яких зазначено назву, кількість (масу) товарів, ціну, ПДВ, загальну вартість. Якщо торгівлю проводять стаціонарно, застосовують реєстратори розрахункових операцій. При реалізації товарів з лотків чи автомашин використовують товарно-касові книги [4].

Важливим елементом облікової політики підприємства є обраний метод вибуття товарів (запасів). П(С)БО 9 «Запаси» пропонує кілька методів оцінки запасів при їх вибутті: ідентифікованої собівартості; середньозваженої собівартості; ФІФО; нормативних витрат та ціни продажу. Підприємство самостійно обирає один із пропонованих методів, фіксує його в Наказі про облікову політику. Традиційно, підприємства роздрібною торгівлі надають перевагу методу ціни продажу. Оцінка за цінами продажу заснована на застосуванні середнього відсотку торговельної націнки товарів. Цей метод можуть застосовувати (якщо інші методи оцінки вибуття запасів не доцільні) підприємства, що мають значну і змінну номенклатуру товарів з приблизно однаковим рівнем торговельної націнки. Собівартість реалізованих товарів визначається як різниця між продажною (роздрібною) вартістю реалізованих товарів і сумою торговельної націнки на ці товари. Сума торговельної націнки на реалізовані товари визначається як добуток продажною (роздрібною) вартості реалізованих товарів і середнього відсотку торговельної націнки. Середній відсоток торговельної націнки визначається діленням суми залишку торговельних націнок на початок звітного місяця і торговельних націнок у продажній вартості одержаних у звітному місяці товарів на суму продажною (роздрібною) вартості залишку товарів на початок звітного місяця та продажною (роздрібною) вартості одержаних у звітному місяці товарів [5].

На субрахунку 285 «Торгова націнка» обліковують торгові націнки і знижки на товари, призначені для подальшої реалізації в магазинах або інших торгових закладах. Торгову націнку визначають на підприємстві. Торгові знижки вказані в супровідних документах на одержані товари. Облік торгових націнок і знижок ведуть окремо.

Розрахунок торгової націнки – це основа формування роздрібною ціни, тому вміння продавати товари за вигідною ціною є одним з шляхів отримання необхідного прибутку.

Ще одним важливим елементом складу облікової політики підприємств торгівлі є врахування оптимального відсотка торгової націнки в залежності від обсягів та сфери діяльності, а також контингенту покупців з метою постійного товарообороту.

Відповідно до чинного законодавства існує обмеження розміру торгової націнки на певні види товарів, проте, на практиці торговельна націнка встановлюється залежно від рішення підприємства з врахуванням ринкової ситуації. На підприємствах з великими обсягами товарів важко правильно розподілити розмір торгової націнки або знижки, і дані розміри можуть не відповідати реальним націнкам на товари серед конкурентів [6].

Отже, торговельна діяльність – це ініціативна, самостійна діяльність юридичних та фізичних осіб щодо здійснення купівлі та продажу товарів з метою отримання прибутку. Прибутковість підприємств торгівлі прямо залежить від правильно сформованого рівня торговельної націнки, який повинен забезпечити покриття відповідних витрат. Виконання цих завдань можливе лише завдяки ефективній організації обліку на підприємстві.

Список використаних джерел: 1. *Лень В. С.* Бухгалтерський облік у галузях економіки : підручник / В. С. Лень, В. В. Гливенко. – Чернігів : Десна Поліграф, 2013. – 438 с. 2. *Господарський кодекс України* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15/page9>. 3. *Пуголовкіна М. О.* «Організація обліку в торгівлі» [Електронний ресурс] / М. О. Пуголовкіна. – Режим доступу : <http://repository.hneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/3952/1/Пуголовкіна%20М.%20О.%20Організація%20обліку%20в%20торгівлі.pdf>. 4. *Панич С. П.* Організація обліку товарів на підприємствах малого бізнесу [Електронний ресурс]. / С. П. Панич, М. Г. Качур. – Режим доступу : <http://liber.onu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/5868/1/142-144.pdf>. 5. *Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси»* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99>. 6. *Басіста І. А.* Торгова націнка та торгова знижка як складові формування продажною ціни товарів [Електронний ресурс] / І. А. Басіста. – Режим доступу : http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_17/2/38.pdf.

УДК 657

В. Н. Познякевич, канд. екон. наук, доцент, заведуючий кафедрой бухгалтерского учета, анализа, аудита и статистики

Г. Я. Житкевич, канд. екон. наук, доцент кафедры бухгалтерского учета, анализа, аудита и статистики

Барановичский государственный университет, г. Барановичи, Республика Беларусь

ВОЛОНТЕРСКОЕ ДВИЖЕНИЕ: УЧЕТ И ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

Ключевые слова: учет волонтерского движения, экономический эффект, правовое регулирование.

В своем содержании волонтерство представляет собой социальную инновацию. К сожалению, в Республике Беларусь отсутствует статистическая информация о волонтерском движении на сайте Национального статистического комитета.

В странах СНГ уровень развития данного вида деятельности остается невысоким. Если обратиться к мировому опыту, то до XX века волонтерское движение в Европе развивалось на уровне единичных инициатив и только в прошлом столетии оно стало приобретать всеобщий размах. Сейчас мы можем констатировать, что волонтерство не признает границ (религиозных, расовых, возрастных, гендерных, политических). Ежегодно многочисленные транснациональные добровольческие организации привлекают в свои проекты и программы сотни миллионов людей. Если на рубеже 80–90-х годов XX века в мире насчитывалось 80 млн волонтеров, в 1995 году – более 93 млн, то в 1998 году – более 109 млн людей участвовали в волонтерском движении [1, с. 32].