

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ФІНАНСІВ ТА ОБЛІКУ
КЕФЕДРА ОБЛІКУ І ОПОДАТКУВАННЯ

КОСТЕВКО ХРИСТИНА ГРИГОРІВНА

ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА ОПОДАТКУВАННЯ
ПРОЦЕСУ РЕАЛІЗАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ

спеціальність 071 «облік та оподаткування»

Випускна кваліфікаційна робота

Виконала студентка групи ОПДм-21

Костевко Х. Г.

Науковий керівник: к.е.н., проф. Панасюк В.М.

ТЕРНОПІЛЬ - 2019

ЗМІСТ

| | |
|--|-----|
| ВСТУП | 3 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПОБУДОВИ ОБЛІКУ ПРОЦЕСУ РЕАЛІЗАЦІЇ | 8 |
| 1.1. Суб'єкти та об'єкти процесу реалізації на підприємстві та їх вплив на організацію обліку..... | 8 |
| 1.2. Дебіторська заборгованість підприємства як складова процесу реалізації..... | 20 |
| 1.3. Міжнародні та національні стандарти бухгалтерського обліку та їх вплив на організацію обліку процесу реалізації..... | 28 |
| Висновки до розділу 1..... | 44 |
| РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА МЕТОДИКА ОБЛІКУ ПРОЦЕСУ РЕАЛІЗАЦІЇ НА ТОВ «ЕЛІТ СНЕІЛ» | 46 |
| 2.1. Інформаційне та організаційне забезпечення обліку процесу реалізації..... | 46 |
| 2.2. Методика фінансового та податкового обліку реалізації продукції та розрахунків з покупцями ТОВ «Еліт-Снеіл»..... | 57 |
| 2.3. Методика формування та облік фінансових результатів від реалізації продукції ТОВ «Еліт-Снеіл»..... | 70 |
| Висновки до розділу 2..... | 78 |
| РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ ТА КОНТРОЛЬ ПРОЦЕСУ РЕАЛІЗАЦІЇ НА ТОВ «ЕЛІТ-СНЕІЛ» В УМОВАХ ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ | 81 |
| 3.1. Сучасні інформаційні системи в обліку та аналізі процесу реалізації ТОВ «Еліт-Снеіл»..... | 81 |
| 3.2. Стратегічний аналіз процесу реалізації та управління ТОВ «Еліт-Снеіл»..... | 98 |
| 3.3. Факторинг та форфейтинг як альтернативні системи контролю в процесі реалізації продукції..... | 106 |
| Висновки до розділу 3..... | 122 |
| ВИСНОВКИ | 124 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ | 129 |

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Серед найважливіших організаційно-економічних напрямків діяльності в умовах ринкової нестабільності особливе місце належить оцінці господарської діяльності підприємств, яку можливо здійснювати шляхом дослідження функцій обліку, аналізу та контролю процесів реалізації продукції. Це, в свою чергу, ставить підвищені вимоги до формування достовірної, неупередженої і достатньо повної інформації для управління процесами реалізації як об'єктами бухгалтерського обліку, фінансової звітності, економічного аналізу та контролю.

Організація обліку та аналізу реалізації продукції та розрахунків з покупцями має стратегічне значення для підприємств будь-якої галузі та форми власності. Результати цього процесу безпосередньо впливають на фінансову стійкість, базу оподаткування підприємства, виконання плану доходів та витрат і, як наслідок, на досягнення стратегічних цілей його розвитку в умовах ринку та забезпечення конкурентоспроможності, прибутковості господарської діяльності.

Питанням обліку процесу реалізації, розрахунків з покупцями, аналізу дебіторської заборгованості присвячені наукові праці багатьох вітчизняних і зарубіжних учених. Значний внесок у розвиток теоретичних та практичних аспектів бухгалтерського обліку та економічного аналізу зробили такі вітчизняні вчені, як М.Т. Білуха, Ф.Ф. Бутинець, А.М. Герасимович, С.Ф. Голов, З.В. Гуцайлюк, Й.Я. Даньків, В.І. Єфіменко, Л.М. Кіндрацька, Г.Г. Кірейцев, М.В. Кужельний, Ю.А. Кузьмінський, В.Г. Лінник, Є.В. Мних, І.М. Парасій-Вергуненко, О.А. Петрик, В.В. Сопко, В.Г. Швець, а також зарубіжні вчені І. Бернар, К. Друрі, Ж.-К. Коллі, Д. Стоун, К. Хітчинг та ін.

Підвищена увага до процесу реалізації пов'язана із необхідністю врахування змін бізнес-середовища, що змушує суб'єктів господарювання знаходити нові підходи до оптимізації цього процесу, опрацьовувати нові форми та методи аналізу дебіторської заборгованості, розробляти системи оцінки показників стану розрахунків з використанням новітніх досягнень у

галузі сучасних інформаційних технологій для автоматизації обробки потрібної інформації та прийняття відповідних управлінських рішень.

Методика обліку та аналізу процесу реалізації є невід'ємною частиною системи бухгалтерського обліку підприємства та його фінансової звітності. Їх важливість великою мірою визначається необхідністю гармонізації теорії та практики вітчизняного бухгалтерського обліку відповідно до вимог міжнародних стандартів. Виходячи з цього всі зазначені вище обставини обґрунтовано доводять актуальність теми дипломної роботи.

Мета і задачі дослідження. Метою дипломної роботи є обґрунтування теоретичних, науково-методичних та прикладних питань обліку і аналізу процесу реалізації, розробка практичних пропозицій з удосконалення організації та методики обліку і аналізу цього процесу в сучасних умовах функціонування.

Відповідно до зазначеної мети визначено зміст дослідження, що зводиться до вирішення наступних взаємопов'язаних завдань теоретичного, методичного, організаційного та практичного характеру:

- розкрити сутність понять «покупець» та «замовник» та визначити їх вплив на організацію обліку процесу реалізації;
- дослідити склад та структуру дебіторської заборгованості як складової частини процесу реалізації продукції;
- вивчити вимоги міжнародних та національних стандартів бухгалтерського обліку та їх вплив на організацію обліку процесу реалізації;
- узагальнити підходи до інформаційного та організаційного забезпечення обліку процесу реалізації;
- удосконалити методику обліку розрахунків з покупцями з урахуванням специфіки сучасних ринкових відносин;
- обґрунтувати головні підходи до створення резерву сумнівних боргів на ТОВ «Еліт Снеіл»;

- проаналізувати сучасний стан розрахунків з покупцями на ТОВ «Еліт Снеіл» на підставі даних її фінансової звітності;
- розробити та запропонувати методику проведення стратегічного аналізу дебіторської заборгованості в системі управління нею на ТОВ «Еліт Снеіл».

Об’єктом дослідження є фінансово-господарські операції ТОВ «Еліт Снеіл» що пов’язані з процесом реалізації.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методично-організаційних та практичних аспектів обліку, економічного аналізу й контролю процесу реалізації.

Методи дослідження. У процесі написання дипломної роботи опрацьовано та узагальнено теоретичний і практичний матеріал з обраної тематики із використанням загальнонаукових і специфічних методів пізнання.

Основними загальнонауковими методами дослідження, що застосовувалися при написанні роботи, виступали аналіз (для проведення досліджень головних сутнісних характеристик об’єкта дослідження та особливостей його функціонування у контексті тематики дослідження), синтез (для певних узагальнень, важливих для тематики дослідження оціночних параметрів у їхньому взаємозв’язку та взаємозалежності), порівняння (переважно для оцінки поточних і прогнозованих параметрів діяльності об’єкта дослідження в результаті провадження запропонованих автором висновків та рекомендацій), індукція й дедукція (як у процесі постановки завдань дослідження, так і при їх реалізації, зокрема в контексті запропонованих автором підходів до поглибленого аналізу структури і складу дебіторської заборгованості). Водночас були використані такі спеціальні методи дослідження, як методи стратегічного та економічного аналізу (знайшли своє відображення у розробках автора, що стосуються формування резерву сумнівних боргів по довгостроковій дебіторській заборгованості, а також при оцінці справедливої вартості дебіторської заборгованості, відображеної у балансі), статистичної обробки інформації та вибіркового спостережень

(застосовувалися при вивченні первинної документації, а також звітності досліджуваних підприємств).

Інформаційною основою дослідження є законодавчі акти й постанови Верховної Ради України, Укази Президента України, Кабінету Міністрів України, матеріали державних податкових та статистичних органів України, а також інші нормативні документи. У роботі використано статистичну звітність Державного комітету статистики України (Держкомстату), первинні бухгалтерські документи та звітність ТОВ «Еліт-Снеіл», а також інформацію зі всесвітньої інформаційної мережі Інтернет.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що результати дослідження, спрямовані на вдосконалення бухгалтерського обліку та економічного аналізу процесу реалізації, можуть бути використані для подальшого розвитку системи обліку в цілому, аналізу та управління на підприємствах будь-якої форми власності, з метою підвищення їх конкурентоспроможності.

Структура дипломної роботи. У вступі обґрунтовано актуальність теми дипломної роботи, визначено її мету та завдання, розкрито об'єкт, предмет та методи дослідження його інформаційну базу та практичне значення одержаних результатів.

У першому розділі «Теоретичні основи побудови обліку реалізації продукції» подано дефініції понять «покупець» та «замовник», визначено суб'єктів та об'єкти процесу реалізації продукції та досліджено їх вплив на організацію обліку, проаналізовано положення міжнародних та національних стандартів бухгалтерського обліку та досліджено їх вплив на організацію обліку реалізації продукції.

У другому розділі «Організація та методика обліку процесу реалізації на ТОВ «Еліт-Снеіл» досліджено стан інформаційного та організаційного забезпечення обліку розрахунків з покупцями, відображено методику фінансового та податкового обліку розрахунків з покупцями та методику формування фінансових результатів ТОВ «Еліт-Снеіл».

У третьому розділі «Аналіз та контроль процесу реалізації ТОВ «Еліт-Снеіл» в умовах застосування сучасних інформаційних систем» здійснена критична оцінка сучасних інформаційних систем обліку та аналізу розрахунків з покупцями, запропонована методика стратегічного аналізу розрахунків з покупцями ТОВ «Еліт-Снеіл», розкрито сутність факторингу та форфейтинг як альтернативних системи контролю розрахунків з покупцями.

У висновках відображено узагальнені результати проведеного дослідження.

Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних літературних джерел. Дипломна містить 34 таблиці, 18 рисунків та список використаних джерел що включає 127 джерел.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПОБУДОВИ ОБЛІКУ ПРОЦЕСУ РЕАЛІЗАЦІЇ

1.1. Суб'єкти та об'єкти процесу реалізації на підприємстві та їх вплив на організацію обліку.

Ринок – сфера товарного обміну, де виникають і реалізуються відносини купівлі-продажу та здійснюється конкретна господарська діяльність щодо просування товарів і послуг від їх виробників до споживачів. Історично слово «ринок» характеризувало певне місце, де продавалися та купувалися товари. Як правило, це була торгова площа в центрі міста або спеціально обладнане приміщення, де зустрічалися продавці (власники товару) і покупці (власники грошей). На ринку, у результаті досягнутої домовленості, встановлювалися ціни на товар, який в обмін на гроші переходив до покупця.

Внаслідок розвитку засобів зв'язку необхідність певного фізичного місця зустрічей для взаємодії продавців та покупців стає несуттєвою. Сьогодні учасники товарно-грошових відносин одержують можливість контактувати й вирішувати свої проблеми іншим чином. Як наслідок, у процесі еволюції ринок зазнав істотних кількісно-якісних змін, однак економічний зміст основних його суб'єктів отримав менш кардинальні зміни.

Об'єктами ринкових відносин у сучасній економіці стають усі результати суспільної діяльності. Тобто, ними можуть бути матеріальні продукти праці (засоби виробництва, предмети споживання, послуги, житло тощо); інтелектуальні продукти праці (інформація, наукові ідеї); цінні папери (акції, облігації); валюта, позичкові капітали та ін.

Учасники (суб'єкти) ринкових відносин, як правило, асоціюються з покупцями й продавцями, які протистоять один одному в торговельних закладах (магазинах, підприємствах громадського харчування) або на базарі. Таке уявлення про суб'єкти ринку не випадкове та породжене загальним обмеженням розуміння ринку. Це пов'язано з тим, що в будь-яку епоху

існування ринку завжди виділялися його головні діючі особи – продавець і покупець, між якими відбувалися операції купівлі-продажу товарів і послуг.

У зв'язку з цим виникла об'єктивна необхідність появи нового поняття – «замовник». Однак наскільки новий термін «замовник» відрізняється від звичного «покупець» потребує подальшого визначення. Розглянемо тлумачення понять «замовник» та «покупець» у економічній літературі (табл. 1.1.).

Таблиця 1.1.

Дефініції понять «замовник» та «покупець» в літературних джерелах

| № п/п | Джерело | Поняття і його значення |
|--------------------------|--|--|
| 1 | 2 | 3 |
| Термін «замовник» | | |
| 1 | Азрилиян А.Н. [8, с. 346] | Замовник – покупець (юридична особа, фірма, країна), яка звернулася до постачальника із заявою на постачання якого-небудь товару та (або) виконання яких-небудь послуг |
| 2 | Бутинець Ф.Ф. [10, с. 346] | Замовники – це учасники договору, на підставі замовлення яких виготовляється конкретна продукція, надаються послуги, виконуються роботи іншим учасником договору |
| 3 | Бутинець Ф.Ф. [11, с. 67] | Замовник – 1) юридична або фізична особа, що звернулася із замовленням до виробника, продавця, постачальника товарів та послуг; 2) суб'єкт господарської діяльності, який надає давальницьку сировину |
| 4 | Голощачов Н.А. [7, с. 103] | Замовник – покупець (юридична особа), яка звернулася до постачальника із заявою про постачання якого-небудь товару або виконання яких-небудь послуг |
| 5 | Економічна енциклопедія [13] | Замовник – 1. Організація, якій надано право й кошти для будівництва, реконструкції або розширення будівельних об'єктів згідно з договором або актом землекористування. – 2. Одна зі сторін договору на виконання будівельно-монтажних робіт за підрядного способу будівництва |
| 6 | Загородній А.Г., Вознюк Г.Л., Партич Г.О.[18, с.222] | Замовник – покупець (юридична особа), який звернувся до постачальника з замовленням на постачання певного товару чи надання певних послуг |

| 1 | 2 | 3 |
|--------------------------|---|---|
| 7 | Загородній А.Г. [31] | Замовник – 1) покупець, який звернувся до постачальника із замовленням на постачання певного товару чи надання певних послуг; 2) підприємство, організація, установа чи окремих громадянин, що планує, організовує, замовляє, оформлює, фінансує, контролює будівництво нових, розширення, реконструкцію, технічне переобладнання, відновлення чинних підприємств, будівель, споруд та інших об'єктів |
| 8 | Мизиковский А.Е., Макарова Л.Г. [28, с. 362] | Замовник – уповноважені інвесторами фізичні чи юридичні особи, які здійснюють реалізацію інвестиційних проектів. При цьому вони не беруть участь у підприємницькій та (або) іншій діяльності інших суб'єктів інвестиційної діяльності, якщо інше не передбачене договором між ними. Замовники можуть бути інвесторами. Замовник, який не є інвестором, наділений правами власності, користування і розпорядження капітальними вкладеннями на період і в межах повноважень, що передбачені договором та (або) державним договором у відповідності до законодавства |
| 9 | Мочерний С.В, Ларіна Я.С., Устинко О.А, Юрій С.І [20, с. 252] | Замовник – покупець (фізична або юридична особа, країна), який звернувся до постачальника із заявкою на постачання певного товару, надання послуг або виконання робіт |
| 10 | Началов А.В. [27, с. 70] | Замовник послуг – особа, яка замовила послуги і користується ними |
| 11 | Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. [25, с. 104] | Замовник – юридична чи фізична особа, що звернулася із замовленням до іншої особи – виробнику, продавцю, постачальнику товарів і робіт (підряднику). В якості замовника може виступати уряд, державні органи, організації, підприємства, громадяни |
| Термін «покупець» | | |
| 1 | Бутинцев Ф.Ф. [8, с. 346] | Покупці – це фізичні або юридичні особи, які придбають товари (роботи, послуги) |
| 2 | Гребньов М.Г. [12] | Покупець – особа, яка безпосередньо здійснює купівлю, після того як рішення про купівлю прийнято |

| 1 | 2 | 3 |
|---|---|--|
| 3 | Завадський Й.С., Осовська Г.В., Юркевич О.О. [17, с. 313] | Покупець оптовий – посередник, який на відміну від інших посередників представляє лише роздрібних торговців. Купує за їх дорученням на комісійних засадах товари виробників або їх представників |
| 4 | Мизиковский Е.А., Макарова Л.Г. [28, с. 389] | Покупець – одна зі сторін договору купівлі-продажу, що бере на себе зобов'язана прийняти товар і сплатити за нього відповідну грошову суму (ціну) |
| 5 | Мочерний С.В, Ларіна Я.С., Устинко О.А, Юрій С.І [22, с. 795] | Покупець – замовник виготовлених товарів і послуг та їх отримувач, а також клієнт, який прагне придбати такі товари |
| 6 | Семантичний словник української мови [26] | Покупець опціону – учасник опціонної торгівлі, який сплатив премію за право купівлі чи продажу певного фінансового інструменту (валюти, цінних паперів тощо) упродовж домовленого періоду за попередньо узгодженою ціною |
| 7 | Ткаченко Н.М. [29, с. 218] | Покупець (замовник) – ті, кому підприємство реалізувало свою продукцію (в тому числі реалізація продукції по бартеру) |

Дані таблиці 1.1. дають підстави відмітити, що А.Н. Азрилиян [8], Н.А. Голощачов [7], А.Г. Загородній, Г.Л. Вознюк, Г.О. Партин [18], С.В. Мочерний, Я.С. Ларіна, О.А. Устинко, С.І. Юрій [22] дають ідентичне визначення поняття «замовник» та ототожнюють з покупцем. В першу чергу це пов'язано з тим, що виконання будь-якого замовлення передбачає придбання (купівлю) товарів та оплату наданих робіт, послуг.

Тлумачення поняття «покупець» або не розглядається, або акцентується на безпосередньому придбанні товару.

У загальному випадку відмінність між поняттями «покупець» та «замовник» відсутня, поняття розглядаються як синоніми, в інших випадках – відмінність полягає у наявності чи відсутності укладеного договору. До того ж основна увага приділена визначенню сутності поняття «замовник», в той час поняття «покупець» або ототожнюється із поняттям «замовник», або

деталізується залежно від розміру закупівлі (гуртова чи роздрібна). Спільне у визначенні економічної сутності понять «покупець» і «замовник» полягає у реалізації продукції підприємства чи наданні послуг незалежно від того чи є сторони юридичними чи фізичними особами. Саме це виступає основною причиною ототожнення понять «покупець» і «замовник».

Проаналізувавши всі визначення понять, визначили критерії визначення їх сутності. В таблиці 1.2 систематизовано погляди авторів на поняття «покупець» і «замовник», відповідно до визначених критеріїв.

Таблиця 1.2.

Аналіз критеріїв визначення понять «покупець» і
«замовник» в літературних джерелах

| № п/п | Автор (джерело) | Замовник | | | | Покупець | | | |
|-------|---|----------------------------|---|------------------|---|-------------------------------|--------------------------------|---|---|
| | | Фізична або юридична особа | Покупець, який звернувся до постачальника | Учасник договору | Особа, котра замовила послуги і користується ними | Замовник виготовлених товарів | Безпосередньо здійснює купівлю | Посередник, представник роздрібних торговців, придбає за дорученням | Одна зі сторін договору купівлі-продажу |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 1 | Азрилиян А.Н. [8, с. 118] | + | + | | | | | | |
| 2 | Бутинець Ф.Ф. [10, с. 346] | | | + | | | + | | |
| 3 | Бутинець Ф.Ф. [11, с. 67] | + | +/- | | | | | | |
| 4 | Гребньов М.Г. [12] | | | | | | + | | |
| 5 | Голощатов Н.А. [7, с. 103] | +/- | + | | | | | | |
| 6 | Економічна енциклопедія [13] | +/- | | + | | | | | |
| 7 | Завадський Й.С., Осовська Г.В., Юркевич О.О. [17, с. 313] | | | | | | | + | |
| 8 | Загородній А.Г., Вознюк Г.Л., Партин Г.О. [18, с.222] | +/- | + | | | | | | |
| 9 | Загородній А.Г. [31] | | + | | | | | | |

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|----|--|---|---|---|-----|---|---|---|----|
| 10 | Мизиковский А.Е., Макарова Л.Г. [28, с. 362] | + | | | +/- | | + | | + |
| 11 | Мочерний С.В, Ларіна Я.С., Устинко О.А, Юрій С.І [20, с.252] | + | + | | | + | + | | |
| 12 | Началов А.В. [27, с. 70] | | | | + | | | | |
| 13 | Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. [13, с. 104] | + | + | | | | | | |
| 14 | Семантичний словник української мови [26] | | | | | | | + | |
| 15 | Ткаченко Н.М. [29, с.218] | | | | | + | | | |

З даних табл. 1.2 можемо зробити висновок про те, що у понятті «замовник» різні автори дійшли більшої згоди, аніж у трактуванні поняття «покупці». Разом з тим, у більшості з наведених прикладів, бачимо тотожність понять «покупець» і «замовник». На основі даних табл. 1.2 побудовано рис. 1.1, що показує частку критеріїв сутності у визначенні понять «покупець» і «замовник».

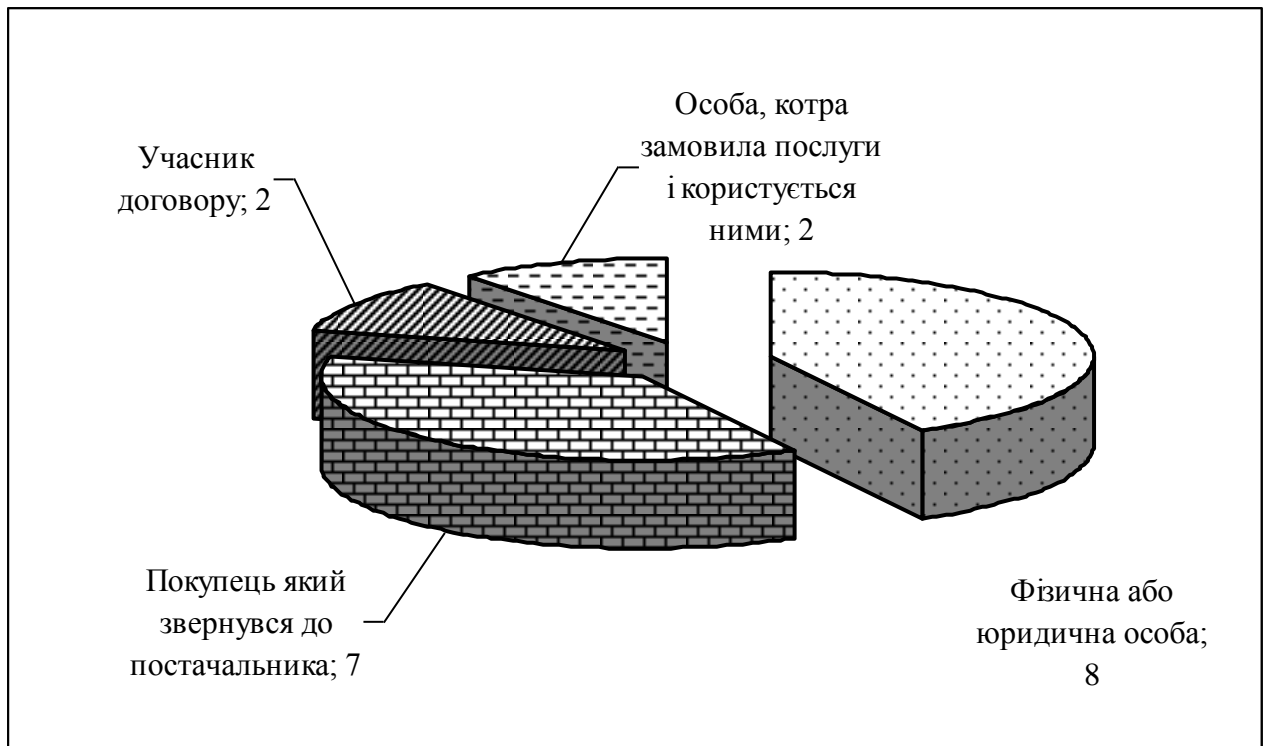


Рис. 1.1. Визначення поняття «замовник» в літературних джерелах

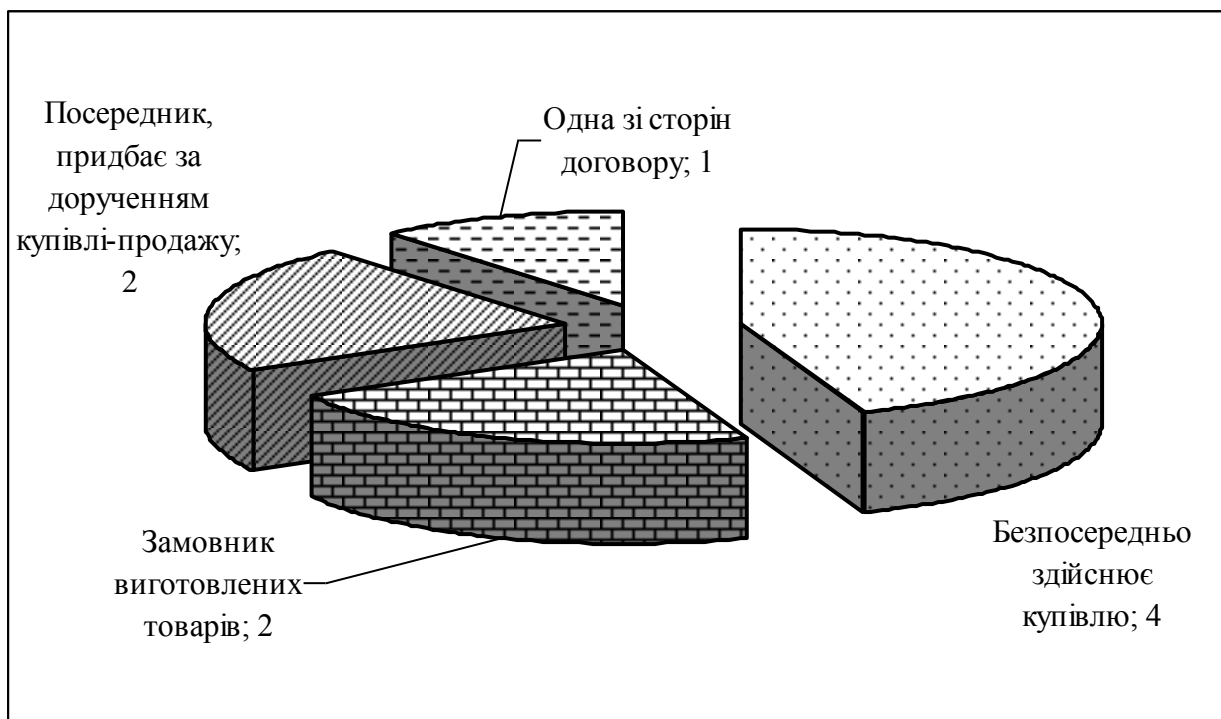


Рис. 1.2. Визначення поняття «покупець» в літературних джерелах

Дані рис. 1.1 та 1.2. підкреслюють основну проблему у визначенні понять «покупець» і «замовник» – їх ототожнення. Так «замовник» розглядається, як покупець, який звернувся до постачальника, «покупець» трактується, як замовник виготовлених товарів. В ряді випадків, поняття «покупець» і «замовник» використовується, як одна зі сторін договору. Домінуючим критерієм у визначенні поняття «замовник» виступає «покупець», що звернувся до «постачальника», в той час у тлумаченні поняття «покупець» ключовим критерієм виступає «безпосереднє здійснення купівлі».

Складність доведення відмінності понять «покупець» та «замовник» полягає у широкому тлумаченні кожного з них.

Виникають труднощі у визначенні єдиних відмінностей цих понять, адже це може залежати від об'єкту (реалізація товарів чи надання послуг) або відповідно до оформлення угоди (підписання договору). Однак з'являються нові фактори, що викликають суперечність запропонованого поділу у кожному випадку:

- відмінність полягає у об'єкті (покупець – купує товар, замовник – замовляє послугу). Невизначеними залишаються

випадки, коли реалізація товарів неможлива без надання додаткових послуг, чи навпаки – реалізація послуг без придбання товару;

– відмінність полягає у наявності чи відсутності договору (покупець здійснює купівлю без укладання договору, замовник – обов’язково укладає договір). Виникає питання доцільності оформлення операцій з реалізації товарів, робіт, послуг в кожному випадку, якщо підставою для підтвердження достатньо акцептувати накладну при доставці товарів. Чинним законодавством України передбачено, зокрема Цивільним Кодексом України [1], що вирішення прав і обов’язків сторін при реалізації товарів, робіт, послуг, а також врегулювання спірних питань у випадку невиконання зобов’язання сторін. Це створює об’єктивну можливість для відмови від оформлення значної частини договорів;

– відмінність полягає в індивідуальності чи стандартності виготовлених товарів, наданих послуг. В такому випадку не враховано, що ряд товарів є індивідуальними по своїй сутності (дизайнерський одяг, ювелірні прикраси, твори мистецтва тощо), але в той же час були виготовлені без замовлення конкретного покупця.

Розглядаючи відмінність понять «покупець» і «замовник», з точки зору бухгалтерського обліку, акцентуємо увагу на реалізацію виготовлених товарів, наданих послуг незалежно від того, що виступає об’єктом операції товар чи послуга. Значення набирають інші параметри: достовірна оцінка при придбанні, отримання економічних вигод у майбутньому від використання, розрахунок собівартості при виготовленні. Так для бухгалтерського обліку ключовим постає отримання доходу, понесення витрат (пов’язаних з отриманням цих доходів) у зв’язку господарською діяльністю підприємства.

Як наслідок, в бухгалтерському обліку, у випадку операцій з покупцями і замовниками, домінуюче місце займає саме реалізація продукції, товарів, робіт послуг. У свою чергу під реалізацією в бухгалтерському обліку розуміють продаж вироблених або закуплених товарів, що супроводжується отриманням грошового виторгу [80, с. 14].

В цьому випадку виникає додаткова потреба у роз'ясненні терміну «продаж». Під продажем розуміють передання товару іншій особі в обмін на грошову оплату товару, одна з частин угоди «купівля-продаж» [46].

Але за сучасних ринкових умов вище згадане питання є надто вузьким. Через це виникла необхідність у більш широкому тлумаченні поняття «продаж», що враховуватиме всі аспекти до випадку продажу продукції, робіт, послуг. Отже, продаж майна, продукції, робіт, послуг – передавання права власності на майно, продукцію, роботи, послуги, нематеріальні активи, цінні папери, валютні цінності, інші види фінансових ресурсів та матеріальних цінностей іншим юридичним і фізичним особам шляхом укладання угод купівлі-продажу чи обміну на певну еквівалентну суму коштів, інших цінностей у матеріальній і нематеріальній формах, боргових зобов'язань у вартісному вираженні [81, с. 119].

Наведені тлумачення понять «продаж» та «реалізація» не містять відмінності між покупцем і замовником. У свою чергу, це є головною причиною відсутності відмінності у розумінні понять «покупець» і «замовник» у бухгалтерському обліку.

Однак у загальному випадку поняття «покупець» є вузьким за поняття «замовник», оскільки не враховує всіх додаткових умов при реалізації товарів, робіт, послуг підприємства. За таких умов буде доцільним трактувати поняття «покупець» у значенні юридична або фізична особа, що придбає товари, роботи, послуги. Натомість поняття «замовник» – фізична або юридична особа, що отримає права власності на майно, продукцію, роботи, послуги, нематеріальні активи, цінні папери, валютні цінності, інші види фінансових ресурсів та матеріальних цінностей шляхом укладання угоди на певну

еквівалентну суму коштів, інших цінностей у матеріальній і нематеріальній формах, боргових зобов'язань у вартісному вираженні.

В результаті проведеного аналізу різних літературних джерел ми дійшли висновку:

1. Однозначних та достатніх визначень понять «покупець» та «замовник» немає. Основна увага приділена визначенню сутності поняття «замовник», в той час поняття «покупець» або ототожнюється із поняттям «замовник», або деталізується залежно від розміру закупівлі (гуртова чи роздрібна).

2. Виділення основних критеріїв сутності понять «покупець» та «замовник» наглядно показало трактування одного поняття за допомогою іншого (замовник – покупець, що звернувся до продавця; покупець – замовник виготовлених товарів). Через це поняття «покупець» використовують у значенні сторони, що придбає, без врахування інших умов чи взагалі не розглядають. Натомість використання терміну «замовник» розуміють в значенні покупця, що звернувся до продавця із замовленням з метою купівлі.

3. Поняття «покупець» є вужчим, аніж поняття «замовник», та вживається у випадку укладання договорів купівлі-продажу.

4. До сьогодні не визначено основної відмінності понять «покупець» і «замовник» в бухгалтерському обліку, як наслідок, поняття «покупець» і «замовник» ототожнюють.

5. Економічна сутність поняття «покупець» включає зміну права власності на конкретний об'єкт та грошову компенсацію незалежно від наявності чи відсутності договору. Натомість економічна сутність визначення «замовник» передбачає обов'язкове укладення договору (в усній чи письмовій формі), в якому визначаються умови придбання, оренди, тимчасового зберігання, реалізації або виготовлення певного об'єкту. Отже, змістовне наповнення понять не є тотожним.

6. За результатами дослідження підходів різних авторів уточнено сутність понять «покупець» та «замовник».

У процесі господарської діяльності підприємства (операційної, інвестиційної чи фінансової) неминуче виникають зв'язки з різними юридичними та фізичними особами. Так, наприклад, відносини між покупцями та виробниками ґрунтуються на основі укладання договорів купівлі-продажу чи контрактів.

Загальну схему процесу реалізації на підприємстві можна представити у наступному вигляді (рис. 1.3).[45, с. 245].

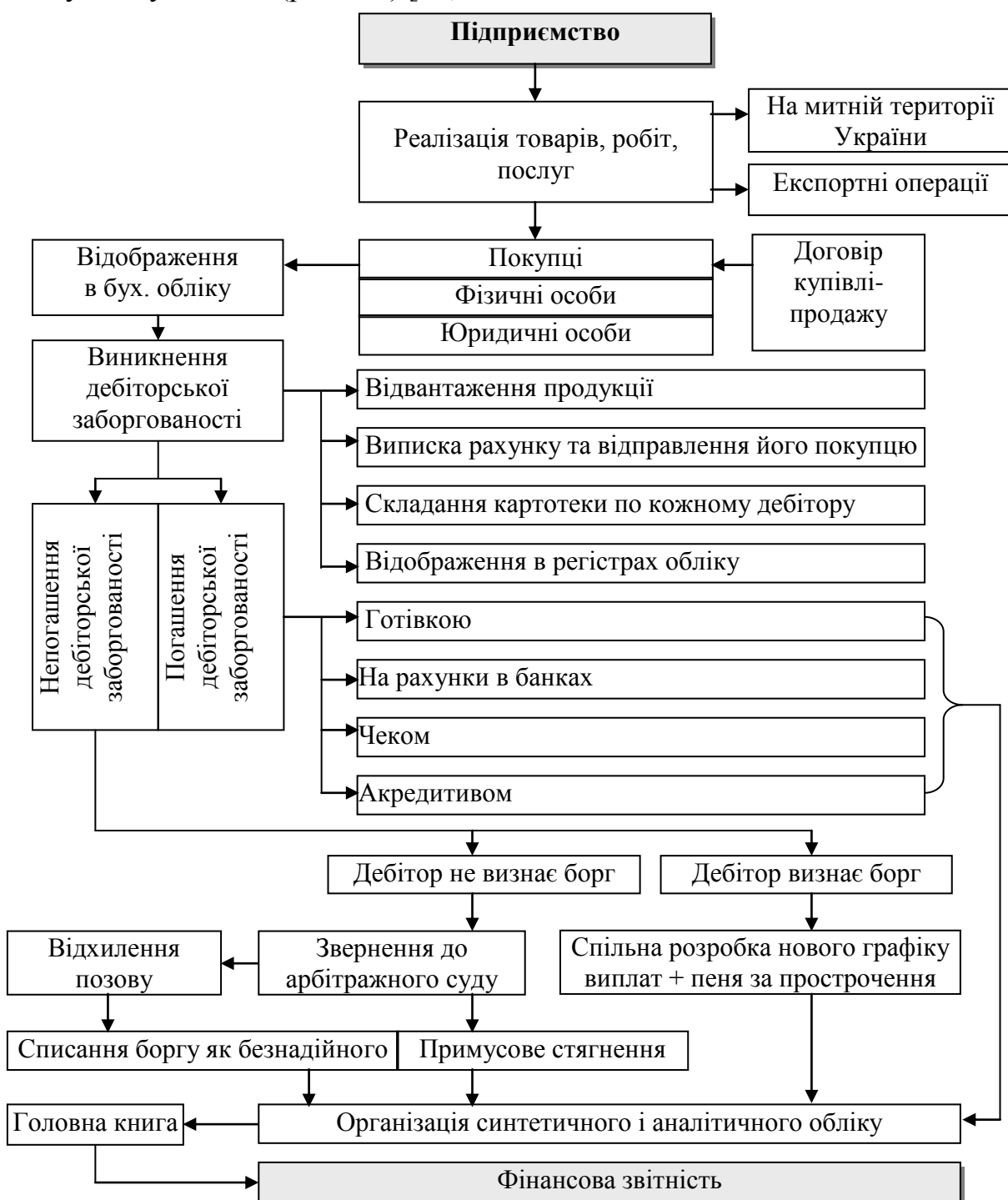


Рис. 1.3. Загальна схема обліку процесу реалізації на підприємстві.

Розрахунки між контрагентами є однією із головних умов здійснення господарської діяльності підприємства і виступають посередниками у процесі перетворення суспільного продукту з товарної форми на грошову і навпаки. Основою розрахунків є кругообіг коштів у процесі виробництва. Розрахунки є свідченням того, що підприємство працює над виконанням завдань та цілей діяльності, вказаних при державній реєстрації підприємства у Статуті.

Підприємства укладають між собою і виконують угоди з купівлі засобів та предметів праці, реалізації продукції (робіт, послуг). За все, що придбане у інших фізичних та юридичних осіб, слід платити гроші і, відповідно, одержувати платежі за відпущену продукцію або надані послуги.

Реалізація продукції, виконання робіт чи надання послуг є заключним етапом обороту господарських засобів, у результаті здійснення якого виготовлена підприємством продукція, виконані роботи чи надані послуги, продаються чи передаються іншому підприємству (покупцю чи замовнику) за встановлену плату, яка обумовлена в договорі купівлі-продажу, акті прийому передачі робіт чи послуг. Іншими словами, таким чином відбувається перетворення товарної форми продукції чи уособленої праці у грошову форму.

Реалізація продукції, робіт, послуг – господарська операція суб'єкта підприємницької діяльності, що передбачає передання права власності на окремі об'єкти іншому суб'єктові підприємницької діяльності в обмін на еквівалентну суму коштів або боргових зобов'язань [77, с. 115].

При цьому, продукція вважається реалізованою, незалежно від процесу та термінів надходження за неї коштів покупця, як тільки вона була відвантажена покупцеві. Така реалізація відбувається на основі договорів між постачальниками, підрядчиками та покупцями чи замовниками. У ролі постачальника виступає підприємство, яке відвантажує свою продукцію

покупцю, а у ролі покупця чи замовника виступає той хто купує дані товари, продукцію чи приймає роботи у постачальника чи підрядчика. Таким чином, виконаними роботами чи наданими послугами вважаються роботи, які здані і прийняті замовником у встановлені в договорі терміни.

Під процесом реалізації розуміють сукупність операцій по продажу готової продукції споживачам [58, с. 33]. Як уже зауважувалося, реалізація товарів, робіт та послуг проводиться на умовах договорів (контрактів), в яких зазначаються терміни виконання, види, форми та умови розрахунків за реалізовані товари, виконані роботи та надані послуги. Тобто договір (контракт) є основою взаємовідносин між продавцем та споживачем товарів, робіт чи послуг – покупцем.

При цьому усі розрахункові операції, що виникають між продавцем та покупцем (замовником) незалежно від форм розрахунків із самого моменту їх виникнення, спричиняють утворення заборгованості, яку поділяють на дебіторську та кредиторську заборгованість.

1.2. Дебіторська заборгованість підприємства як складова процесу реалізації.

Для того, щоб глибше зрозуміти економічну природу заборгованості і надати конкретні пропозиції щодо удосконалення бухгалтерського обліку процесу реалізації, передусім необхідно зупинитися на розкритті сутності поняття «дебіторська заборгованість». Для цього проведемо дослідження даного визначення у спеціальній науковій та навчальній літературі.

Сам термін «дебітор» з'явився ще у VI ст. до н.е. в Давньому Римі, а починаючи з VIII ст. н.е. за допомогою величини дебіторської заборгованості було здійснено аналіз фінансового стану перших господарств, вже тоді було зрозуміло, що вплив величини дебіторської заборгованості на рівень кредитоспроможності та платоспроможності безпосередній.

Економічна сутність понять «дебітор» і «дебіторська заборгованість» упродовж багатьох сторіч залишилася незмінною, а саме визначення трансформувалося і було закріплено в Україні у П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість», а різні підходи до визначення сучасних вчених подано нижче.

А.М. Мороз визначає дебіторську заборгованість як суму боргів, що належать підприємству, організації, установі від юридичних осіб, і виникають у процесі господарської діяльності підприємств, організацій, установ [4, с. 125].

В.М. Лінніков та інші дають наступне визначення: «дебіторська заборгованість – це заборгованість юридичних або фізичних осіб, що виникла в процесі господарської діяльності певного підприємства, організації чи установи» [83, с. 118].

В.Г. Золотогоров дебіторську заборгованість визначає як суму боргів, які належать підприємству, організації, установі, підприємцю від фізичних або юридичних осіб в результаті господарських відносин з ними [47, с. 116].

В.Г. Макаров і М. Белоусов, згідно зі своєю класифікацією, називають дебіторську заборгованість коштами в розрахунках. На їхню думку, кошти в розрахунках являють собою борги інших підприємств або осіб даному підприємству (наприклад, заборгованість покупців, що виникла у зв'язку з тим, що розрахунок за готову продукцію відбувається згідно з діючими правилами через відповідний строк після прийняття продукції). Сюди ж відносяться розрахунки з працівниками підприємства по грошових сумах, що видані їм під звіт для здійснення відповідних витрат. По закінченню доручення працівник (підзвітна особа) повинна надавати звіт про витрачання отриманої суми, а кошти, що залишилися, повернути до каси. Такі розрахунки називаються розрахунками з підзвітними особами [61, с. 41].

Проте М.В. Дембінський характеризує дебіторську заборгованість як кошти в незакінчених розрахунках. Кошти в незакінчених розрахунках, або дебіторська заборгованість представляє собою заборгованість інших підприємств, організацій і окремих осіб даному підприємству [41, с. 54].

Крім полеміки поміж різними авторами на даний час існує проблема наявності певних протиріч між деякими нормативними документами, прийнятими для регламентації вітчизняної економічної практики, про що окремо детальніше буде сказано у подальших частинах представленої роботи.

Так, зокрема, згідно П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість», дебіторами є юридичні та фізичні особи, які внаслідок минулих подій заборгували підприємству певні суми грошових коштів, їх еквівалентів або інших активів, а дебіторська заборгованість являє собою суму заборгованості дебіторів підприємству на певну дату [85, с. 37].

У той же час П(С)БО 15 «Дохід» визначає, що дохід відображається у бухгалтерському обліку у сумі справедливої вартості активів, які вже отримані чи підлягають отриманню [86, с. 57]. Отже, первісна та справедлива вартість, за якою пропонують оцінювати дебіторську заборгованість, згідно різних П(С)БО, можуть не співпадати.

Серед вчених-економістів відсутні єдині підходи до сутності і класифікації дебіторської заборгованості за різними критеріями. Так, зокрема, із тим, що дебіторська заборгованість є складовою оборотних засобів підприємства, погоджуються усі автори, коли йде мова про поточну заборгованість, і іноді визначають її як «кошти в розрахунках». Наприклад, колектив авторів на чолі з П.І. Камишановим класифікаційну групу, до якої відноситься дебіторська заборгованість, називають «кошти в боргах даної організації» [51, с. 14], Г.І. Моїсеєнко взагалі оборотні засоби поділяє на нормовані і ненормовані, однією з частин яких є дебіторська заборгованість [76, с. 26].

Отже, дослідивши сутність понять «дебітор» та «дебіторська заборгованість» ми пропонуємо зробити узагальнений висновок про те, що **дебіторська заборгованість** – це сума боргів юридичних і фізичних осіб підприємству в готівковій та безготівковій формі, яка виникає внаслідок господарських операцій, що відбулися в результаті минулих подій та підлягають погашенню у майбутньому [111, с. 18].

Виникнення та наявність на балансі підприємств дебіторської заборгованості у визначених розмірах, передбачених кредитною політикою організації, є абсолютно природним, проте кожне підприємство має працювати над зменшенням її обсягів шляхом зменшення вилучених з обороту сум, що є одним із резервів підприємства прискорення швидкості обігу та зниження потреби в обігових активах.

На величину дебіторської заборгованості мають вплив різні об'єктивні та суб'єктивні фактори, серед яких можна виділити внутрішні та зовнішні.

До зовнішніх факторів відносяться:

- стан економіки в країні - спад виробництва збільшує розміри дебіторської заборгованості;
- стан розрахунків у країні - криза неплатежів призводить до зростання дебіторської заборгованості;
- вплив грошово-кредитної політики НБУ - обмеження емісії спричиняє нестачу готівки та ускладнює розрахунки;
- рівень інфляції - у період високої інфляції дебітори не поспішають сплачувати борги: чим пізніший строк сплати боргу, тим менша його сума.

До внутрішніх факторів можна віднести такі:

- кредитна політика підприємства – неправильне встановлення строків і умов надання товарних кредитів, а також неправильна оцінка платоспроможності клієнтів, ненадання знижок при достроковій оплаті ними рахунків, невраховані ризики можуть призвести до різкого зростання дебіторської заборгованості;
- види розрахунків – використання розрахунків, які гарантують платіж, скорочують розміри дебіторської заборгованості;
- якість контролю за дебіторською заборгованістю тощо [56, с. 55].

Поточна дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги визнається активом одночасно з визнанням доходу від реалізації продукції, товарів, робіт і послуг. Згідно з П(С)БО 15 «Дохід» дебіторської заборгованості є активом, якщо виконуються такі умови:

1. Покупцеві передані ризики та вигоди, пов'язані з правом власності на продукцію (товар, інший актив);
2. Підприємство не здійснює надалі управління та контроль за реалізованою продукцією (товарами, іншими активами);
3. Сума доходу (виручка) може бути достовірно визначена та існує впевненість, що у результаті операції відбудеться збільшення економічних вигод підприємства, а витрати, пов'язані з цією операцією, можуть бути достовірно визначені [86, с. 57].

Одним із завдань організації бухгалтерського обліку розрахунків з дебіторами є правильний вибір ознак класифікації дебіторської заборгованості.



Рис. 1.4. Рекомендована класифікація дебіторської заборгованості

По відношенню до обліку та відображенню у звітності дебіторська заборгованість поділяється на дебіторську заборгованість за розрахунками з бюджетом, дебіторську заборгованість за виданими авансами, дебіторську заборгованість за розрахунками з покупцями і замовниками, векселі одержані, дебіторську заборгованість за внутрішніми розрахунками, інша дебіторська заборгованість (рис. 1.4.) Предметом дійсного дослідження є облік процесу реалізації, тому основна увага буде приділена дебіторській заборгованості за розрахунками з покупцями та замовниками. Загалом поточна дебіторська заборгованість класифікується за трьома основними напрямками, представленими на рис. 1.5.

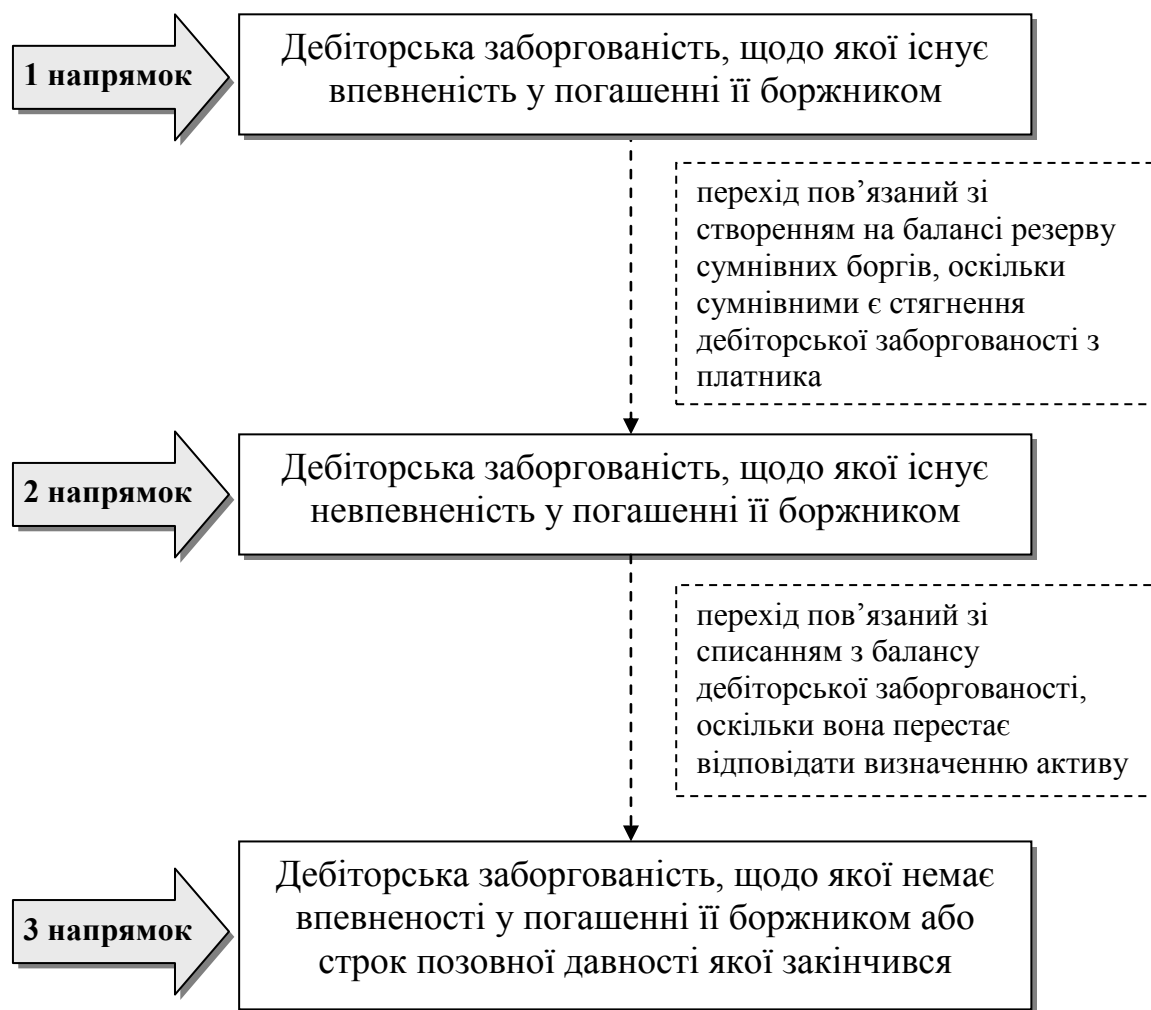


Рис.1.5. Класифікація поточної дебіторської заборгованості

Поточна дебіторська заборгованість, згідно П(С)БО 10, оцінюється за первісною вартістю. Первісна вартість дебіторської заборгованості може змінюватися залежно від низки чинників. Так поточна дебіторська заборгованість, пов'язана з реалізацією продукції, товарів, робіт, послуг визнається активом одночасно з визнанням доходу від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг. Сума доходу від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг, яка виникає в результаті операції, визнається угодою між підприємством і покупцем. Ця сума вимірюється за справедливою вартістю компенсації, яку було отримано або яка підлягає отриманню [85].

Однак на практиці у більшості випадків дохід від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг обчислюється за номінальною сумою отриманої компенсації (сумою грошових коштів або їх еквівалентів, що була витрачена в

момент придбання), яка отримана або підлягає отриманню і суттєво не відрізняється від її справедливої вартості.

Разом з тим, в деяких випадках сума прогнозованого доходу може не відповідати справедливій вартості реалізованої продукції. Так, якщо реалізація продукції відбувається із певною знижкою, величина доходу розраховується за сумою, меншою ніж справедлива вартість. Дохід від реалізації продукції (товарів) зменшується також на суму товарів, що повертаються покупцями.

Виходячи з цього, первісна вартість дебіторської заборгованості за реалізовану продукцію (товари) буде залежати від:

- надання покупцю знижок після реалізації;
- повернення товарів від покупців.

Відповідно до принципу обачності, у момент визначення доходу від реалізації підприємство повинно оцінити можливі втрати від неповернення частини боргів покупцями.

Величина цих втрат оцінюється на підставі аналізу інформації про фактичні втрати від неповернення боргів за минулі періоди, враховуючи зміни, що відбулися в умовах реалізації продукції у звітному періоді, або, як очікується, відбудуться у наступному періоді. Тобто по сумнівній заборгованості з метою відображення реальної картини фінансового стану підприємства створюється резерв сумнівних боргів.

Таким чином, поточна дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги включається до підсумку балансу за чистою реалізаційною вартістю. При цьому, під чистою реалізаційною вартістю дебіторської заборгованості розуміють суму поточної дебіторської заборгованості за вирахуванням резерву сумнівних боргів. Поточна дебіторська заборгованість, що визнана безнадійною, списується з балансу з відображенням її вартості у складі інших операційних витрат. По такій заборгованості резерв сумнівних боргів не створюється [85].

На даний час дебіторська заборгованість являє собою найделікатнішу та надзвичайно важливу проблему у фінансово-господарській діяльності багатьох

підприємств, а її утворення пов'язане, крім об'єктивних передумов, з недбалістю ставленням до повернення відповідних сум платежів, незастосуванням досить дієвих заходів управління дебіторською заборгованістю. Водночас варто визнати, що дебіторська заборгованість, як довгострокова так і поточна, за своїм змістом є безвідсотковим кредитом і в умовах інфляції стає все більш вигідним джерелом кредитування для покупців.

Дана обставина спричиняє не тільки перегляд традиційного розуміння самої сутності дебіторської заборгованості, але і спричиняє необхідність застосування ефективних управлінських дій щодо регулювання її розмірів.

Причини виникнення різних видів дебіторської заборгованості узагальнено і згруповано на рис. 1.6.

Своєчасність розрахунків між контрагентами є однією з головних умов виконання зобов'язань у договірних відносинах, але вони передбачають не тільки своєчасність, а і зобов'язання стосовно номенклатури, якості продукції, цін, термінів поставки.

Часто підприємства, під час фінансово-господарської діяльності, маючи одночасно як дебіторську так і кредиторську заборгованість за одержані від них товарно-матеріальні цінності, не здійснюють чи проводять у більш пізні терміни взаємозалік. Особливо це притаманно великим та середнім підприємствам з великим бухгалтерським штатом, який має виконувати розширені функції.

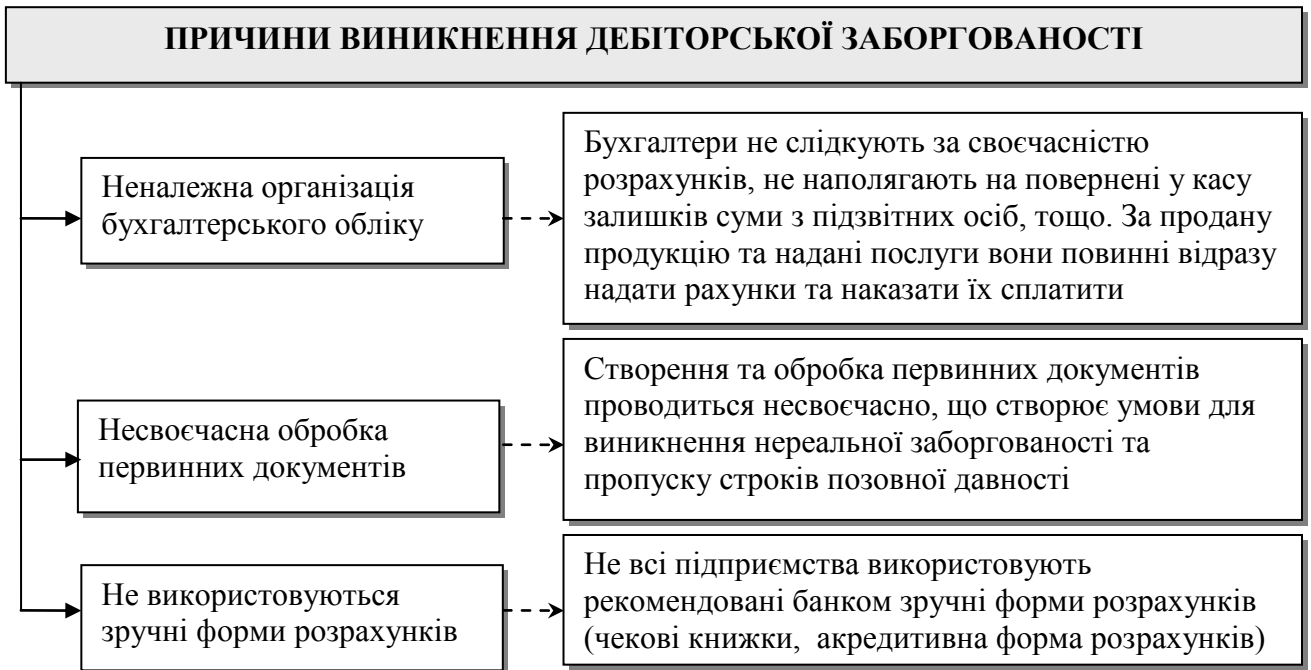


Рис. 1.6. Причини виникнення дебіторської заборгованості

Внаслідок цього занижуються суми доходів від реалізації товарів, робіт, послуг, викривляються фінансові результати, що може призводити до великих порушень. Для запобігання подібним ситуаціям вкрай важливо застосовувати сучасні методи управління дебіторською заборгованістю.

1.3. Міжнародні та національні стандарти бухгалтерського обліку та їх вплив на організацію обліку процесу реалізації.

Трансформація економіки України до ринкової моделі розвитку зумовила виникнення необхідності перебудови та адаптації всього господарського механізму вітчизняних господарюючих суб'єктів у відповідності до вимог ЄС. Сьогодні перед Україною поставлені стратегічні завдання, серед яких головними слід вважати більш тісну співпрацю з Європейським Союзом в умовах членства у Світовій організації торгівлі. Цього, у свою чергу, неможливо досягти без реформування та приведення усіх ланок економічного простору до вимог відповідних європейських стандартів.

Зазначена обставина повною мірою стосується і вітчизняного бухгалтерського обліку, оскільки сьогодні триває процес його трансформації у напрямку впровадження міжнародних стандартів бухгалтерського обліку (МСБО). Для цього сьогодні зроблено наступні важливі кроки у напрямку реформування бухгалтерського обліку в Україні:

- розроблено першочергові та вдосконалено (переглянуто) діючі положення (стандарт) бухгалтерського обліку, з метою забезпечення дотримання основних принципів і вимог міжнародних стандартів;
- переглянуто первинні облікові документи, реєстри бухгалтерського обліку та інші носії обліково-економічної інформації, що належать до уніфікованої системи бухгалтерської облікової та звітної документації;
- затверджено новий План рахунків бухгалтерського обліку виробничо-господарської діяльності підприємств, організацій та фінансових інституцій;
- удосконалено методику бухгалтерського обліку для суб'єктів малого підприємництва;
- внесено зміни до структури затрат і порядку формування собівартості продукції (робіт, послуг).

Реальні революційні перетворення у бухгалтерському обліку та звітності в Україні почались з моменту прийняття Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16 липня 1999 року № 996-XIV.

На виконання Закону методологічною радою з бухгалтерського обліку Міністерства фінансів протягом 1999-2019 років були підготовлені та затверджені наказами Міністерства фінансів України 34 Положення (стандарт) бухгалтерського обліку. Наказом Міністерства фінансів України від 30 листопада 1999 р. № 291 затверджено План рахунків бухгалтерського обліку та інструкцію по його застосуванню. Ці документи є основною нормативною базою бухгалтерського обліку та звітності в Україні.

Безумовно, прийняття цих документів є важливим кроком у напрямку переходу України до міжнародних стандартів бухгалтерського обліку, оскільки однією із загальних цілей міжнародних бухгалтерських організацій є застосування вимоги оцінки всіх фінансових інструментів за справедливою вартістю з визнанням реалізованих та нереалізованих доходів та витрат у тому звітному періоді, у якому вони виникли [90, с. 1657]. Проте і сьогодні існують певні особливості відображення в обліку певних об'єктів процесу реалізації у порівнянні між вітчизняною і міжнародною практикою. Існують декілька основних стандартів, якими регулюється облік фінансових інструментів і у їх складі дебіторської заборгованості [26, с. 31].

МСБО 32 «Фінансові інструменти: розкриття та подання» регулює облік фінансових інструментів у частині розкриття та подання про них інформації у фінансовій звітності, але не визначає формату інформації, яку необхідно розкрити, та її розміщення у фінансовій звітності [60, с. 63].

МСБО 39 «Фінансові інструменти: визнання та оцінка» розглядає питання визнання фінансових інструментів в обліку, списання з балансу, а також первісної та подальшої оцінок.

МСБО 7 «Фінансові інструменти: опис» передбачає особливі вимоги щодо подання інформації про фінансові інструменти у фінансовій звітності банків та інших фінансових організацій, встановлює загальні правила для усіх компаній: як фінансових так і не фінансових щодо розкриття інформації про фінансові інструменти у фінансових звітах.

Наведені стандарти не охоплюють усіх фінансових інструментів, у тому числі дебіторську заборгованість, як і всіх господарських операцій, предметом яких стають фінансові інструменти. Їх облік регулюються усіма стандартами, які тією чи іншою мірою регламентують облік тих чи інших фінансових активів, фінансових зобов'язань, інструментів власного капіталу. При цьому в міжнародних стандартах, як наприклад у МСБО 39 «Фінансові інструменти: визнання та оцінка», подані лише загальні рекомендації по розкриттю

відповідної інформації щодо обліку розрахунків з покупцями та розкриття інформації у фінансових звітах.

При визначенні та класифікації дебіторської заборгованості в зарубіжній та українській практиці не існує явних розбіжностей, але за кордоном, під дебіторською заборгованістю компанії розуміють фінансовий актив, який є контрактним правом отримувати грошові кошти або цінні папери від іншого підприємства [31, с. 500]; зобов'язання покупців чи інших контрагентів бізнесу перед компанією, наприклад, по виплаті грошей за продані товари, продукцію, виконані роботи чи надані послуги.

У міжнародних стандартах бухгалтерського обліку дебіторська заборгованість розглядається як фінансовий інструмент, при чому до фінансового інструменту відноситься тільки така дебіторська заборгованість, при якій необхідна наявність договірних відносин, тобто одночасне виникнення фінансових зобов'язань в однієї сторони і фінансового активу у іншої сторони [10, с. 137].

Згідно п. 11 МСБО 32, до фінансових активів належать:

- грошові кошти;
- контрактне право отримувати грошові кошти або інший фінансовий актив від іншого підприємства;
- контрактне право обмінювати фінансові інструменти з іншими підприємствами за потенційно сприятливих умов;
- інструмент капіталу іншого підприємства [87, с. 276].

Враховуючи вищесказане, можна зробити висновок, що дебіторська заборгованість, у порядку погашення якої компанія повинна отримати грошові кошти або будь-які інші фінансові активи, вже сама по собі є фінансовим активом, а дебіторська заборгованість, яка утворилася у процесі бартерного обміну товарами (послугами), фінансовим активом не являється як така

заборгованість, що утворилася внаслідок перерахування авансів і передплат на адресу постачальника товарів, робіт, послуг.

Дана ситуація буде можлива у випадку, коли раптом не з'ясувалося, що поставок не буде і аванс підлягає поверненню на рахунок компанії. В останньому випадку дебіторська заборгованість перекваліфікується на фінансовий актив [36, с. 32].

Вивчаючи МСБО можна побачити, що первісна оцінка дебіторської заборгованості відрізняється від тієї, за якою вона обліковується у подальших періодах, поки значиться на балансі. Так у момент виникнення дебіторської заборгованості, вона оцінюється за справедливою вартістю на дату укладання угоди або на дату розрахунків, залежно від того, якою датою компанія вирішила керуватися у власній обліковій політиці.

Згідно п. АГ 53 додатка А МСБО 39, обраний метод повинен застосовуватися послідовно до всіх операцій з фінансовими активами, що належать до однієї і тієї самої категорії, за якою вони будуть обліковуватися надалі.

Згідно п. АГ 55 додатка А МСБО 39, датою укладання угоди вважається день, коли компанія бере на себе зобов'язання купити або продати актив. Облік на дату укладання угоди передбачає:

- визнання активу, що підлягає отриманню, і зобов'язань з його оплати у день укладання угоди;
- припинення визнання активу з одночасним визнанням доходів від реалізації і дебіторської заборгованості [90, с. 1212].

Отже, представлений метод нарахування, який видно, прив'язаний не до факту отримання-передачі рахунків-фактур, а до факту укладання договору, який може бути і усним. Причому певна вірогідність того, що договірні відносини можуть не скластися, у такому випадку також буде присутня.

Тому лише зауважимо, що на практиці ведення договірно-правової роботи з контрагентами передбачає одночасне виконання багатьох бізнес-процесів, що

потрапляють у сферу компетенції та функціональних обов'язків різних структурних підрозділів підприємства.

Таким чином, координування подібних функцій стосуватиметься не лише роботи з контрагентами, але й оптимізації відповідних бізнес-процесів у межах його організаційної структури.

Згідно п. АГ 56 додатка А МСБО 39, датою розрахунків вважається день здійснення поставки активу компанії. Облік на дату розрахунків передбачає:

- визнання активу у день його передачі компанії;
- припинення визнання активу та визнання доходів від його реалізації у день поставки компанією [90, с. 1212].

На вибрану дату визнання (дату операції або дату розрахунків), справедлива вартість, як правило дорівнює фактичним витратам на придбання або контрактній вартості, за якою товари (роботи, послуги) передаються.

Отже, фактичні витрати на придбання і є справедливою вартістю, у зв'язку із тим, що операція купівлі-продажу фінансових активів відбувається між добре проінформованими, незалежними і зацікавленими сторонами (п. 8 МСБО 39).

З метою подальшої оцінки фінансові активи згідно МСБО 39 підлягають класифікації за ознакою їх призначення, яка наведена на рис. 1.7.

Крім того, пп.111-115 МСБО 39 передбачено створення резервів під знецінення фінансових активів, що обліковуються за амортизованою вартістю. До них, зокрема, належить і майже вся дебіторська заборгованість, що є на балансі підприємства на певний момент часу.

Знецінення констатується, коли балансова (амортизована) вартість активу перевищує суму його відшкодувань, а сума витрат від знецінення визначається як різниця між балансовою вартістю фінансового активу і поточною вартістю очікуваних у майбутньому потоків грошових коштів.

Поточна вартість очікуваних грошових потоків визначається дисконтуванням майбутньої їх вартості за ефективною ставкою відсотка, від самого початку застосованою до цього активу [31, с. 290].

Необхідність застосування початкової ставки пояснюється тим, що дисконтування за поточною ставкою означало б оцінку за справедливою вартістю, що для активів, уже оцінених за амортизованою вартістю, неприйнятно [37, с. 38].



Рис. 1.7. Класифікація та оцінка фінансових активів

Дебіторська заборгованість, що відповідає критеріям визнання її фінансовими активами, відразу після первісного визнання можуть бути віднесені до будь-якої з чотирьох категорій фінансових активів – це залежить від обставин, в яких вони виникли, і мети, з якою компанія має намір утримувати їх на балансі (див. рис. 1.8).



Рис. 1.8. Відношення дебіторської заборгованості до категорії
фінансових активів

Облік дебіторської заборгованості, а саме облік рахунків до одержання, пов'язаний з реалізацією товарів, робіт, послуг. Водночас за міжнародними стандартами моментом реалізації і визнання доходів від реалізації є час відвантаження товарів, здійснення роботи, фактичне надання послуги й одночасне виставлення платіжних документів на адресу покупця. Саме з цієї миті і виникає дебіторська заборгованість, що відображається в обліку як:

Дт «Рахунки до одержання»

Кт «Доходи від реалізації»

Кт «Розрахунки з бюджетом (ПДВ)»

Після одержання коштів складається проведення:

Дт «Грошові кошти» або «Рахунки в банках»

Кт «Рахунки до одержання»

Зазначимо, що сума податку на додану вартість, який сплачують підприємству його дебітори у складі вартості товарів, робіт, послуг, не є доходом від реалізації і не відображається на рахунку «Доходи від реалізації».

Слід зауважити, що на даний час сучасна об'єднана Європа має дворівневу систему оподаткування. Податки у країнах ЄС поділяються на два види:

- «оригінальні» - свої у кожній окремо взятій країні;
- уніфіковані – основані на загальних принципах для всієї ЄС.

У відповідності із положеннями Шостої Директиви від 17.05.1977 р. власні кошти ЄС формуються, наприклад, шляхом стягнення податку на додану вартість у розмірі 1% від операції, що обкладаються ПДВ у відповідності до норм вказаної Директиви, яка стала найбільш відомим нормативним актом Співдружності, пов'язаним із гармонізацією законодавства держав-членів ЄС. За своїм обсягом та кількістю внесених до неї змін та доповнень ця директива дуже нагадує український Закон «Про податок на додану вартість». Шоста Директива є повноцінною збіркою норм, пов'язаних з нарахуванням та

стягненням ПДВ, не гармонізуючи безпосередньо ставок податку, чим не дуже задоволені держави-члени, оскільки ставки податку у різних країн-членів ЄС різні (див. табл. 1.3).

Отже, як в Україні, так і в інших державах, ПДВ складає значну частку вартості товарів, робіт, послуг і, як наслідок, дебіторської заборгованості.

Таблиця 1.3

Діючі ставки ПДВ у країнах-членах ЄС [53, с. 21]

| Країна | Ставка, % | |
|-----------------|-----------|----------------|
| | Нормальна | Пільгова |
| Австрія | 20 | 12 або 10 |
| Бельгія | 21 | 12 або 6 |
| Кипр | 15 | 5 |
| Чехія | 19 | 5 |
| Данія | 25 | - |
| Естонія | 18 | 5 |
| Фінляндія | 22 | 17 або 8 |
| Франція | 19,6 | 5,5 або 2,1 |
| Німеччина | 16 | 7 |
| Греція | 19 | 8 або 4 |
| Угорщина | 25 | 15 або 5 |
| Ірландія | 21 | 13,5 або 4,4 |
| Італія | 20 | 10,6 або 4 |
| Латвія | 18 | 5 |
| Литва | 18 | 9 або 5 |
| Люксембург | 15 | 12, 9, 6 або 3 |
| Мальта | 18 | 5 |
| Нідерланди | 19 | 6 |
| Португалія | 21 | 12 або 5 |
| Польща | 22 | 7 або 3 |
| Словаччина | 19 | - |
| Словенія | 20 | 8,5 |
| Іспанія | 16 | 7 або 4 |
| Швеція | 25 | 12 або 6 |
| Велика Британія | 17,5 | 5 |

Водночас проблема визнання та оцінки дебіторської заборгованості за кордоном виникає особливо гостро під час застосування різноманітних знижок, які надаються покупцеві. Вони поділяються на дві великі групи:

1. Комерційні (торгові) знижки – це відсоткові знижки від базової ціни, що надаються:

- за певну невідповідність товарів (продукції) встановленим параметрам чи якості;
- з урахуванням розміру купівлі (у % до ціни);
- за сукупністю торговельних операцій (обсягу купівлі) за звітний період.

2. Розрахункові знижки – це знижки, які надаються за дострокову оплату або за її прискорення [42, с. 53].

У різних країнах існують певні особливості відображення знижок в обліку. Домінуючими у зарубіжній практиці виступають два методи відображення таких знижок в бухгалтерському обліку:

1. Валовий метод, який найбільш широко використовується на практиці. Суть його полягає в наступному: суми продаж та дебіторська заборгованість записуються на загальну (валову), без знижки, суму виставленого рахунку. Знижки відображаються лише тоді, коли здійснюється оплата, протягом періоду дії знижки. Для їх запису існує контррахунок до рахунку продаж, який в кінці року відображається у звіті про прибутки та збитки як коригувальна стаття (вираховується) до загальної величини виручки від продаж. Іншою коригувальною статтею є рахунок «Повернення товарів та знижки», який також має дебетове сальдо та відображає інформацію про суму повернених товарів або інших наданих знижок.

2. Чистий метод. При використанні цього методу знижка, не отримана покупцем, трактується як «штраф», який він повинен сплатити за придбання товару в кредит, а не за готівковий розрахунок, пізніше періоду дії знижки.

Зауважимо також, що за кордоном щодо дебіторської заборгованості в балансі існують лише загальні правила, які носять рекомендаційний, а не директивний характер [17, с. 367].

Якщо звернутися до МСБО, то надання підприємствами знижок безпосередньо пов'язане із визначенням майбутньої вартості грошей, яке необхідне застосовувати навіть для короткострокової дебіторської заборгованості, не кажучи про довгострокову, бо навіть при навіть нульовій інфляції гроші змінюють свою вартість, оскільки враховуються майбутні доходи від інвестування, беруться до розрахунку упущені вигоди. У даний час продавці товарів, робіт, послуг гостро ставлять питання не про ставку відсотка за прострочення оплати, а про суму, яку продавець бажає отримати через певний проміжок часу. Таким чином виходить, що продавець бере відсотки не за відстрочення платежу, а надає знижку тим, хто платить сьогодні і зараз.

Тут доречно пригадати, що англ. *discount* – це знижка. Відповідно, **дисконтування** – це розрахунок на зниження, а не навпаки. Коли навпаки – це розрахунок складного відсотка, який застосовується у таких випадках:

а) при нарахуванні відсотків за кредит (позикового відсотка), коли за умовами кредитного/позикового договору дебітор протягом усього періоду кредитування не повинен погашати ні відсотки, ні основну суму боргу – все погашається наприкінці періоду кредитування;

б) при нарахуванні відсотків за відстрочення платежу за тих самих умов погашення (див. п. «а»), коли у ціну товару відсотки не закладаються заздалегідь.

Майбутня вартість грошових потоків обчислюється саме методом складного відсотка. У такий спосіб визначають ціну товару й оптимальний термін кредитування [38, с. 41].

Метод складного відсотка – це метод визначення майбутньої вартості інвестицій. На відміну від простого відсотка, який протягом усього періоду кредитування застосовується до однієї і тієї самої (основної) суми, складний

відсоток нараховується і на основну суму відсотків за кожен попередній рік, і так протягом усього періоду кредитування.

Метод дисконтування – це метод визначення поточної вартості інвестицій і є розрахунком, зворотним до розрахунку складного відсотка [110, с. 149]. Відповідно, поточна вартість інвестиції – це її дисконтована вартість, або дисконтована вартість майбутнього грошового потоку. Метод дисконтування – це розрахунок, який дозволяє відповісти на запитання про те, яку суму треба вкласти сьогодні, щоб через n -ну кількість років отримати ту, яку інвестор заздалегідь для себе визначив як мету. Поточна вартість інвестиції, розрахована на n років, дорівнює частці від ділення її майбутньої вартості на n -ну ступінь доданої до одиниці річної ставки відсотка.

Отже, для оцінки дебіторської заборгованості необхідно визначити суму товарного кредиту, що надається кожному конкретному покупцю. Для цього треба врахувати і вартість самої відвантаженої продукції (виконаних робіт, наданих послуг), і надані знижки, і нарахований податок на додану вартість, і повернені товари покупцями. Але, головна проблема оцінки дебіторської заборгованості виникає саме в момент складання фінансової звітності. У зарубіжній системі обліку дебіторська заборгованість по рахунках оцінюється та відображається в звітності за чистою вартістю реалізації, тобто за сумою грошей, яка реально може бути отримана в майбутньому в результаті її погашення.

Господарські зв'язки є необхідною умовою діяльності підприємств, оскільки саме вони забезпечують безперервність процесів матеріально-технічного забезпечення, безперервність процесів виробництва, вчасність відвантаження та реалізації виготовленої продукції, а також супроводжують майже усі бізнес-процеси на рівні окремого господарюючого суб'єкта. Оформляються та закріплюються такі господарські зв'язки договорами, згідно з якими одне підприємство виступає постачальником товарно-матеріальних цінностей, робіт чи відповідних послуг, а інше – їх покупцем чи споживачем, а

значить і платником. Це підтверджує незаперечну істину, що саме договори є визначальною і по суті єдиною правовою формою партнерських взаємин.

Регулювання відносин між контрагентами (постачальником та покупцем), форма розрахунків між ними, терміни виконання договірних зобов'язань визначаються в господарських договорах, які за своєю суттю є головною підставою виникнення різноманітних зобов'язань між господарюючими суб'єктами.

Договір (контракт, угода) — це форма документального закріплення партнерських зв'язків (предмета договору, взаємних прав та обов'язків, наслідків порушення домовленостей). Він опосередковує взаємини в процесі праці, виробництва і реалізації продукції чи надання різноманітних послуг. З іншого боку, договір – це юридичний та економічний документ, що визначає номенклатуру і обсяг поставки чи роботи, строки, ціни, вид транспортування, форму розрахунків, а також санкції за невиконання умов договору. З іншого боку, договір – це юридичний та економічний документ, що визначає номенклатуру і обсяг поставки чи роботи, строки, ціни, вид транспортування, форму розрахунків, а також санкції за невиконання умов договору [65, с. 151]. Загалом у ринковій системі господарювання застосовують два види договорів:

- установчий;
- підприємницький (господарський).

Установчий договір – це письмовий документ, що засвідчує волевиявлення фізичних чи юридичних осіб щодо заснування нового організаційно-правового утворення для реалізації конкретної підприємницької ідеї.

Підприємницький договір відображає згоду сторін (партнерів) стовно безпосереднього здійснення вибраної підприємницької (бізнесової) діяльності у певній організаційно-правовій формі.

Теоретично і практично прийнято виокремлювати кілька груп підприємницьких договорів за сферами діяльності (див. табл.1.4).

Переважну більшість документально оформлених взаємовідносин у підприємстві становлять договори щодо внутрішньогосподарської та зовнішньоекономічної діяльності. Решта господарських чи інших взаємин оформляється у вигляді договорів (контрактів, угод) щодо підрядних послуг, трудових відносин, страхування, розрахунків, кредитування, тощо. Господарські договори укладаються за правилами, встановленими Цивільним Кодексом України з урахуванням особливостей, передбачених Господарським кодексом, іншими нормативно-правовими актами щодо окремих видів договорів [35, с. 282].

При цьому законодавчо майнові договори усіх видів врегульовано Цивільним кодексом. Договір, за визначенням Цивільного кодексу, означає майнову угоду між двома або більше суб'єктами господарського права.

Таблиця 1.4

Класифікація підприємницьких договорів за сферами діяльності

| Сфера діяльності | Договори |
|-------------------------------------|--|
| 1. Купівля-продаж, оренда та лізинг | 1.1. Договір купівлі-продажу продукції підприємства |
| | 1.2. Договір на поставку товарів через посередника |
| | 1.3. Договір про: |
| | - аукціонний продаж товарів |
| | - виготовлення продукції із сировини та матеріалів замовника |
| | 1.4. Договір продажу майна іншим юридичним особам |
| 2. Підрядні послуги | 2.1. Договір про: |
| | - надання консалтингових послуг (з інформаційного забезпечення) |
| | - надання юридичних послуг |
| | - надання аудиторських послуг |
| | - надання брокерських послуг |
| | - надання рекламних послуг |
| | 2.2. Договір на виконання науково-дослідних робіт |
| 3. Зовнішньоекономічна діяльність | 3.1. Агентський договір |
| | 3.2. Договір на: |
| | - декларування товарів для митного контролю |
| | - транспортно-експедиційне обслуговування зовнішньоторговельних вантажів |
| | 3.3. Договір консигнації |

3.4. Договір на закупівлю товарів за імпортом

Проте з точки зору статутної діяльності господарського суб'єкта майнові договори є різними. Наприклад, договір поставки підприємством продукції чи договір підряду на капітальне будівництво, з одного боку; та договір купівлі-продажу підприємством меблів для офісу, канцелярських товарів — з іншого. Ці договори різні за своєю сутністю, оскільки одні з них регулюють основну статутну діяльність господарюючих суб'єктів, а інші — обслуговуючу. Договірні зобов'язання між сторонами є обов'язковими до виконання і їх порушення тягне за собою значні економічні наслідки для обох учасників договору (табл. 1.5).

Таблиця 1.5

Можливі причини порушення договірних зобов'язань та їх наслідки

| Причини порушень | Зміст завданої шкоди | Наслідки порушень договірних зобов'язань |
|--|--|---|
| Неритмічна поставка сировини у строки, передбачені договором | Зменшення обсягу виробництва і реалізації продукції (робіт, послуг) | Недоодержання прибутку, збільшення умовних постійних витрат в собівартості продукції, сплата штрафних санкцій (пеня, неустойка) |
| Перебої з постачання електроенергії | Простої устаткування і працівників | Додаткові виплати заробітної плати та нарахування на неї, сплата штрафних санкцій за не доставку продукції |
| Поставка некондиційної сировини, матеріалів і комплектуючих деталей | Зниження обсягів виробництва і якості продукції, збільшення трудомісткості технологічних процесів | Перевитрати заробітної плати на технологічних процесах (разом з нарахуванням на неї), штрафні санкції за порушення асортименту і якості продукції |
| Виробничий брак (внутрішній) | Виявлення виробничого браку продукції (виконання робіт, послуг) | Витрати заробітної плати з нарахуванням на неї, матеріальні та енергетичні витрати |
| Поставка сировини і комплектуючих деталей, не передбачених договором | Вантажно-розвантажувальні роботи і зберігання на складах, відправлення матеріалів за розпорядженням власника | Витрати заробітної плати з нарахуванням на неї, використання складських приміщень, транспортні витрати |

Як показує практична господарська діяльність, не всі можливі нюанси здійснення операцій можна передбачити в договорах, отже деякі моменти регулювання виникнення дебіторської заборгованості, що пов'язано із принципом нарахування [71, с. 51], визнання та достовірної оцінки дебіторської заборгованості необхідно закріпити у ПСБО 10 «Дебіторська заборгованість», а саме до ПСБО 10 додати параграфи, які регулюватимуть питання зміни вартості дебіторської заборгованості в часі, дії підприємства щодо відображення простроченої довгострокової заборгованості, визначення величини резерву сумнівних боргів не тільки для короткострокової, а ще й для довгострокової дебіторської заборгованості, порядок списання простроченої дебіторської заборгованості на покриття якої створено резерв сумнівних боргів.

Таким чином, ми можемо зробити висновок про те, що на сучасному етапі однією з важливих проблем є недосконалість і нестабільність нормативної і законодавчої бази, яка регулює фінансово-господарську діяльність підприємств. Протиріччя та непорозуміння, що зустрічаються в нормативних актах, неодмінно обумовлюють помилки і порушення в бухгалтерському обліку. Крім того, важливою проблемою є також недосконалість самої системи обліку, яка відкриває можливості для приховувань і зловживань з боку підприємств.

Висновки до розділу 1

1. Встановлено, що основними суб'єктами процесу реалізації є підприємство та покупці і замовники. Однозначних та достатніх визначень понять «покупець» та «замовник» немає. Основна увага приділена визначенню сутності поняття «замовник», в той час поняття «покупець» або ототожнюється із поняттям «замовник», або деталізується залежно від розміру закупівлі (гуртова чи роздрібна). До сьогодні не визначено основної відмінності понять «покупець» і «замовник» в бухгалтерському обліку, як наслідок, поняття «покупець» і «замовник» ототожнюють. Реалізація продукції, робіт, послуг –

господарська операція суб'єкта підприємницької діяльності, що передбачає передавання права власності на окремі об'єкти іншому суб'єктові підприємницької діяльності в обмін на еквівалентну суму коштів або боргових зобов'язань. При цьому усі розрахункові операції, що виникають між продавцем та покупцем (замовником) незалежно від форм розрахунків із самого моменту їх виникнення, спричиняють утворення заборгованості, яку поділяють на дебіторську та кредиторську заборгованість. Основними об'єктами обліку процесу реалізації є облік розрахунків з покупцями, облік дебіторської заборгованості та облік фінансових результатів.

2. Дебіторська заборгованість – це сума боргів юридичних і фізичних осіб підприємству в готівковій та безготівковій формі, яка виникає внаслідок господарських операцій, що відбулися в результаті минулих подій та підлягають погашенню у майбутньому. Товарна дебіторська заборгованість, особливо довгострокова, за своєю сутністю представляє для покупців джерело одержання товарного безвідсоткового кредиту, що є дуже вигідним для покупців. Дана ситуація набуває особливої ваги в умовах постійного інфляційного процесу. Ця обставина спричиняє не тільки перегляд традиційного розуміння самої сутності дебіторської заборгованості, але і спричиняє необхідність застосування ефективних управлінських дій щодо регулювання її розмірів.

3. Однією із загальновідомих проблем на сучасному етапі розбудови ринкових механізмів господарювання у вітчизняній економіці є недосконалість та нестабільність нормативної і законодавчої бази, яка регулює фінансово-господарську діяльність підприємств різних галузей економіки. Як наслідок, такі протиріччя та непорозуміння, що зустрічаються в нормативних актах, обумовлюють помилки і порушення в бухгалтерському обліку з приводу питань реалізації продукції.

РОЗДІЛ 2

ОРГАНІЗАЦІЯ ТА МЕТОДИКА ОБЛІКУ ПРОЦЕСУ РЕАЛІЗАЦІЇ НА ТОВ «ЕЛІТ СНЕІЛ»

2.1. Інформаційне та організаційне забезпечення обліку процесу реалізації.

Загальновідомо, що основою існування і розвитку суспільства є діяльність із виробництва необхідних матеріальних благ і надання послуг. Таку регулярну діяльність на постійній основі, що передбачає одержання доходу в грошовій, матеріальній або інших формах, називають господарською діяльністю. У свою чергу, господарська діяльність, що спрямована на виробництво продукції та послуг, є виробничою діяльністю, а її результатами виступають матеріальні блага: засоби виробництва (будівлі, машини, обладнання, сировина та матеріали) і предмети споживання (продукти, одяг, взуття, послуги та ін.).

Згідно з постулатами економічної теорії, створені на виробництві матеріальні та нематеріальні блага на наступних етапах розподіляються, а також відбувається їх обмін і споживання. Ці неперервні процеси утворюють процес відтворення, для нормального здійснення якого необхідне постійне спостереження за його перебігом.

У практиці функціонування будь-якого господарюючого суб'єкта дієвим засобом такого спостереження виступає повноцінна система бухгалтерського обліку та звітності. Саме тому облік і ведеться з метою контролю за господарською діяльністю підприємства та активного впливу на її результати.

За допомогою обліку відображають і контролюють стан і рух коштів, а також господарські процеси, пов'язані з виробництвом, розподілом, обміном і споживанням матеріальних благ. Іншими словами, йдеться про те, що на сьогоднішній день облік на підприємстві виступає інформаційною базою для системи менеджменту, покликану виконувати функції організації, планування,

мотивації та контролю за усіма без виключення бізнес-процесами на підприємстві.

У спеціальній літературі бізнес-процесом вважається будь-яка управлінська дія чи функція, покликана ефективно використовувати наявні на підприємстві ресурси (матеріальні, фінансові, людські та ін.).

Як наслідок, і організація облікового процесу потребує жорстокої регламентації, що потрібно відображати в розпорядчих документах підприємства. Вони поділяються на обов'язкові (наприклад, положення про відділи і посадові інструкції), та допоміжні (наприклад, внутрішні стандарти чи графіки виконання певних робіт).

Відповідно до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність» № 996-XIV від 16.07.1999 року, відповідальність за організацію бухгалтерського обліку на підприємстві покладено на керівника підприємства, а також на головного бухгалтера, який зобов'язаний створити необхідні умови для правильного ведення бухгалтерського обліку, забезпечити фіксування фактів здійснення всіх господарських операцій у первинних документах та неухильне виконання всіма підрозділами та службами, працівниками підприємства, які мають відношення до обліку, вимог бухгалтера щодо порядку оформлення і подання для обліку відповідних документів та відомостей.

Як відомо, в умовах ринкової економіки жоден із господарюючих суб'єктів не може функціонувати ізольовано від інших, споживаючи їх товарно-матеріальні ресурси чи послуги для здійснення власної виробничо-господарської діяльності.

Як наслідок, між підприємствами різних галузей економіки постійно виникають комерційні стосунки та мають місце господарські операції, які, у свою чергу, потребують проведення своєчасних та повних за своїм обсягом розрахунків. Форми та порядок розрахунків між підприємствами визначаються у господарських договорах, обов'язковість яких визначена Цивільним кодексом України від 16.01.2003р. № 435. Договір виступає головною підставою

виникнення зобов'язань між юридичними особами, основною формою реалізації товарно-грошових відносин в ринковій економіці.

Отже, виходячи з вищенаведеного, облік операцій з реалізації продукції здійснюється на підставі господарських договорів, а також на підставі первинних документів, що засвідчують факт здійснення господарської операції. Тому основне завдання організації документування цих операцій – скласти графік документообігу із зазначенням конкретних виконавців, дат виписки та передачі документів до архіву.

Отже цілком природно, що у практиці здійснення виробничо-господарської діяльності будь-яким за формою власністю та галузевою приналежністю підприємством подібні питання становитимуть неабияку важливість.

Оскільки існування будь-якого підприємства не можливе без процесу виробництва та реалізації продукції, то забезпечення цього процесу є стратегічно важливим завданням, серед якого ми пропонуємо комплекс задач з обліку, а саме:

- своєчасність документального оформлення розрахункових операцій;
- ведення синтетичного та аналітичного обліку розрахунків з покупцями з дотриманням принципів бухгалтерського обліку;
- своєчасне та достовірне відображення зазначених операцій в податковому обліку;
- своєчасна взаємна звірка розрахунків з дебіторами;
- вжиття усіх можливих заходів щодо недопущення нереальної дебіторської заборгованості;
- своєчасне та якісне проведення інвентаризації розрахунків з покупцями;
- дотримання умов поставки, передбачених в договорі тощо.

Дотримання вказаних задач, на нашу думку, забезпечить комплексність обліку процесу реалізації та сприятиме контролю за ним.

Основними джерелами інформації для обліку розрахункових відносин з реалізації є первинні документи. Основні первинні документи, що

застосовуються у ТОВ «Еліт-Снеіл» для відображення операцій з реалізації наведено в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Первинні документи, які оформляються
в процесі реалізації на ТОВ «Еліт-Снеіл»

| Розрахунки з вітчизняними покупцями | Розрахунки з іноземними покупцями |
|--|--|
| <i>Виникнення дебіторської заборгованості</i> | |
| Накладні; рахунки-фактури; рахунки; акти прийнятих робіт, послуг; податкові накладні; товарно-транспортні накладні (ТМ-1) товарні чеки | Договори з нерезидентами, рахунки-фактури – <i>invoice</i> ; товарно-транспортні накладні (залізничні, авіаційні), коносамент, пакувальні листи; платіжні доручення на перерахування сум митних платежів на рахунки митних установ |
| <i>Погашення дебіторської заборгованості</i> | |
| Виписки банку; прибутковий касовий ордер; векселі; платіжні доручення | Виписки банку; інкасо; векселі одержані; платіжні доручення; заява на акредитив |

Водночас зауважимо, що сьогодні ще далеко не всі документи, якими оформлюються розрахунки з реалізації відповідають вимогам сучасних інтеграційних процесів та задач гармонізації вітчизняної системи обліку із вимогами міжнародних стандартів.

Документом, який доволі широко застосовується при здійсненні розрахунків з покупцями є рахунок-фактура – розрахунковий документ, що виписується постачальником на ім'я покупця на кожен партію відвантаженої продукції, а також за виконані роботи і послуги [54, с. 169].

Крім того, в рахунку-фактурі можуть бути викладені додаткові умови здійснення операції. На нашу думку, в цьому документі можуть вказуватись такі додаткові реквізити як терміни сплати («сплатити протягом 3-х банківських днів з дати складання рахунку-фактури»), умови отримання

продукції («*термін отримання продукції з дати оплати рахунку-фактури - 15 календарних днів*»), місце, час та умови отримання продукції, тощо.

На практиці вітчизняні підприємства використовують різні форми рахунків-фактур, що виготовлені на підставі традиційних зразків. Крім того, досить часто використовуються самостійно розроблені форми, які містять необхідні реквізити, передбачені законодавством.

Так, у залежності від особливостей готової продукції та згідно умов договору, до товарно-транспортної накладної чи рахунку-фактури можуть бути додані документи, що підтверджують кількість продукції чи її якість (якісне посвідчення, сертифікати відповідності, довідки про результати лабораторних аналізів і т.д.).

Відповідно Розділу 5 (Податок на додану вартість) Податкового кодексу постачальник (продавець) повинен подати покупцю податкову накладну у якій вказується ціна товару, ставка й сума ПДВ, загальна сума, що підлягає оплаті постачальнику. Податкова накладна виписується на кожну поставку товарів у двох екземплярах, оригінал якої вручається покупцю (одержувачу товарів або послуг), а копія зберігається в продавця (постачальника) товарів як звітний і розрахунковий податковий документ. Податкова накладна надає право покупцю, зареєстрованому як платник ПДВ, на включення в податковий кредит витрат по сплаті ПДВ постачальнику (продавцю) при придбанні товарів (послуг).

Крім податкової накладної, постачальник виписує покупцю рахунок-фактуру й інші розрахунково-платіжні документи, що підтверджують факт передачі (збуту) товару і його оплату із зазначенням суми ПДВ. На підставі виписаних податкових накладних постачальник (продавець) робить відповідні записи в Реєстрі одержаних і виданих податкових накладних, що містить порядок обліку операцій із продажу товарів (робіт, послуг) і визначає підставу для можливого віднесення до податкових зобов'язань сум ПДВ, нарахованих у звітному періоді у зв'язку із продажем (реалізацією) товарів, робіт, послуг (кредит рахунку 641 «Розрахунки по податках»). Слід зауважити, що Реєстр

одержаних і виданих податкових накладних заповнюють лише платники ПДВ. Порядковий номер у Реєстрі має відповідати порядковому номеру податкової накладної.

Організація бухгалтерського обліку – це цілеспрямована діяльність керівника підприємства по створенню, постійному впорядкуванню та удосконаленню системи бухгалтерського обліку з метою забезпечення інформацією внутрішніх користувачів. Її треба починати з процедури підготовки облікової політики [123, с.66].

Першим етапом облікового процесу реалізації виступає первинний облік розрахунків з покупцями. У свою чергу, організація первинного обліку починається з вивчення складу облікових номенклатур. На форму та склад облікових номенклатур впливають система звітності, об'єкти проміжного контролю їх формування. Тому перш, ніж почати формування облікових номенклатур первинного обліку, слід ознайомитись із системою фінансової державної та внутрішньої звітності.

Відобразимо перелік основних облікових номенклатур первинного обліку процесу реалізації за формою, що використовується на ТОВ «Еліт-Снеіл» (див. табл. 2.2.).

Для відображення реалізації продукції на ТОВ «Еліт-Снеіл» використовують наступні первинні документи:

1. Накладна на відпуск матеріальних цінностей складається в двох примірниках постачальником цінностей і є підставою покупцеві для отримання права власності на відвантажену продукцію, а також для зарахування її на баланс. З іншого боку, вона надає право постачальнику списати відвантажені цінності з власного балансу.

2. Податкова накладна складається в двох примірниках постачальником в день відпуску матеріальних цінностей або в день надходження передоплати. Цей документ надає право покупцеві на отримання податкового кредиту з ПДВ, а продавцеві – збільшує податкове зобов'язання, яке необхідно сплатити.

Перелік облікових номенклатур первинного обліку
процесу реалізації на ТОВ «Еліт-Снеіл»

| № п/п | Облікові номенклатури первинного обліку | Призначення даних | Носії інформації |
|-------|--|---|--|
| 1. | Реалізація продукції (відпуск товарів): - порядковий номер; - відпущено (одержано) - найменування - одиниці - кількість - Ціна без ПДВ - Сума без ПДВ - Всього відпущено з ПДВ - Керівник - Відпустив - Головний бухгалтер - Одержувач - Дата виписки - Місце знаходження - Банки учасників | Для обліку та контролю за обсягом реалізованої продукції, а також дебіторською заборгованістю | Накладна, рахунок-фактура, податкова накладна, акти прийнятих - виконаних робіт (наданих послуг) |
| 2. | Витрати на транспорт | Для обліку, контролю наданих транспортних послуг | Товарно-транспортна накладна, податкова накладна |
| 3. | Розрахунки з підзвітними особами: - порядковий номер; - ПІП працівника - господарський підрозділ - вид витрат - сума виданого авансу - всього використано коштів - керівник - головний бухгалтер - підзвітна особа - дата складання | Для обліку, контролю використаних підзвітних сум | Звіт про використання коштів, виданих на відрядження або у підзвіт |

3. Товарно-транспортна накладна містить інформацію про вартість транспортних послуг підприємством – продавцем для перевезення продукції покупцеві.

4. Акт приймання-передачі виконаних робіт (послуг) є підставою для розрахунку по виконаних роботах чи наданих послугах між підприємством виконавцем та підприємством-отримувачем послуг згідно укладених угод.

5. Акт приймання-передачі векселів є підставою для відображення дебіторської заборгованості за отриманими векселями у постачальника, та погашення товарної заборгованості у покупця.

6. Авансовий звіт є підставою для відображення використаних грошових коштів, виданих під звіт співробітнику підприємства. З одного боку цей документ засвідчує виправданість понесених витрат, а з іншого – показує стан розрахунків між підприємством та підзвітною особою.

7. Рахунок-фактура є підставою для перерахування грошових коштів, які зараховуються на розрахунковий рахунок підприємства-постачальника як передоплата за отримані матеріальні цінності.

Кожен із перерахованих первинних документів проходить певний цикл від складання його на місці виникнення господарського факту до відображення у поточних регістрах у бухгалтерії підприємства, який називають документооборотом. Відповідно, схему та склад документообороту щодо основних первинних документів з обліку реалізації продукції покупцям та замовникам на ТОВ «Еліт-Снеіл» наведемо у вигляді таблиці 2.3.

Як видно з вищенаведеної таблиці, вся система бухгалтерського обліку перенасичена документами, що ускладнює роботу бухгалтерів. На відміну від вітчизняного підходу до оформлення первинних документів в зарубіжних країнах відсутній, наприклад, такий документ як накладна, тобто здійснення господарської операції відбувається на підставі виписаного рахунку-фактури, а залік відбувається за фактом сплати коштів на рахунок продавця.

Другий етап організації обліку – технічний. Він передбачає вибір форми поточного обліку, що найбільше відповідає галузі та розміру даного підприємства. Поточним обліком є процес реєстрації, обробки, перенесення записів первинного обліку до облікових регістрів тощо для отримання необхідної інформації. Під час цього відбувається вибір способу обробки

облікових даних, розробка переліку і форм облікових реєстрів, вибір способів здійснення записів у бухгалтерських реєстрах.

Таблиця 2.3.

Схема документообороту первинних облікових документів з обліку реалізації продукції у ТОВ «Еліт-снейл»

| № | Документ | Призначення документа | Коли складається | Хто підписує документ | Коли передається до бухгалтерії | Які реєстри складають на підставі документа |
|----|--|--|---|--|---------------------------------|--|
| 1. | Накладна | Для обліку вибуття готової продукції | При вибутті готової продукції | Завідувач складу, директор, головний бухгалтер | Наприкінці дня | Книга вибуття та надходження накладних |
| 2. | Податкова накладна | Для відображення вибуття продукції, послуг та їх оподаткування | При вибутті готової продукції (товарів, робіт, послуг) | Завідувач складу, бухгалтер | Наприкінці дня | Реєстр податкових накладних |
| 3. | Товарно-транспортна накладна | Надається при забезпеченні транспортними послугами | При вибутті готової продукції (товарів, робіт, послуг) | Завідувач складу, бухгалтер | Наприкінці дня | Реєстр бланків суворої звітності |
| 4. | Акт приймання-передачі робіт, послуг | При наданні послуг чи виконанні робіт | Після виконання робіт чи надання послуг | Керівник підприємства виконавця та підприємства отримувача робіт чи послуг | Одразу | Книга реєстрації виконаних робіт, послуг |
| 5. | Звіт про використання коштів, виданих на відрядження або у підзвіт | Для відображення використаних грошових коштів виданих під звіт | При звітуванні за використані підзвітні суми на закупівлю ТМЦ або відрядження | Підзвітна особа, бухгалтер, головний бухгалтер, директор | Одразу | Журнал реєстрації звітів про використання коштів, виданих на відрядження або у підзвіт |
| 6. | Рахунок-фактура | Для зарахування передоплати або продажу послуг | При надсиланні передплати або продажу послуг | Бухгалтер | Одразу | Журнал реєстрації рахунків-фактур |

У зв'язку з цим нового змісту набувають номенклатури поточного обліку, основними видами яких є облікові регістри. Відобразимо перелік облікових номенклатур поточного обліку розрахунків з покупцями на ТОВ «Еліт-Снеіл» (див. табл. 2.4). Зазвичай на вітчизняних підприємствах здійснюється поєднання журнальної та комп'ютерної форм обліку, що дає можливість в умовах повної або часткової автоматизації господарських операцій вести журнали обліку активів та зобов'язань, де вказують кореспондуючі рахунки.

Таблиця 2.4.

Перелік облікових номенклатур поточного обліку
реалізації продукції ТОВ «Еліт-Снеіл»

| Характеристика даних, необхідних для обліку | Для чого потрібні дані | У яких носіях інформації фіксуються |
|--|---|--|
| <p>Визнання факту здійснення розрахунків або виникнення дебіторської заборгованості:</p> <ul style="list-style-type: none"> – № з/п – Субрахунки – Сальдо на початок – Суми за рахунками – Сальдо на кінець – Дата | <p>Для обліку розрахунків з покупцями</p> | <p>Журнали обліку господарських операцій, оборотні відомості, журнали реєстрації</p> |

Це, у свою чергу, забезпечує точність і швидкість відображення бухгалтерських записів. Всі журнали формуються за кредитовим принципом по кожному синтетичному рахунку в розрізі кореспондуючих рахунків. Дебетові обороти по синтетичному рахунку враховують в кількох журналах. Об'єднання їх відбувається в Головній книзі або оборотно-сальдовій відомості при формуванні інформації, відображеної в різних журналах.

В облікових регістрах аналітичний облік поєднується з синтетичним, що дає можливість формувати показники, необхідні для контролю і складання періодичної і річної звітності.

Перелік облікових реєстрів щодо відображення обліку реалізації продукції та виникнення дебіторської заборгованості у ТОВ «Еліт-Снеіл» відобразимо у таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Перелік облікових реєстрів щодо обліку
Реалізації продукції у ТОВ «Еліт-Снеіл»

| № | Обліковий реєстр | Призначення реєстру | На підставі яких документів заповнюється |
|----|--|---|---|
| 1. | Відомість 3.1 до Журналу 3 | Відображається облік розрахунків за товари, роботи, послуги | Накладні на відпуск, рахунки-фактури, податкові накладні |
| 2. | Журнал 3 | Облік розрахунків за векселями отриманими | Акти приймання-передачі векселів |
| 3. | Відомість обліку дебіторської заборгованості за розрахунками | Відображаються дані про дебіторів у розрізі терміну погашення | Угоди про відстрочку платежу, кредитні угоди, заяви від співробітників стосовно безвідсоткових позик тощо |
| 4. | Відомість обліку розрахунків з підзвітними особами до Журналу 3 | Облік розрахунки з підзвітними особами | Звіти про використання коштів, виданих на відрядження або у підзвіт |
| 5. | Відомість обліку довгострокової дебіторської заборгованості в розрізі контрагентів | Облік довгострокової заборгованості | Платіжні документи в яких містяться умови договору |

Зазначимо, що бухгалтерський облік не тільки інформує про стан та зміни господарства, але і виконує функцію оцінювання результативності роботи підприємства. Таке оцінювання здійснюється на підставі узагальнення даних на підсумковому етапі. Цей етап облікового процесу дає змогу формувати дані про результати роботи за місяць, квартал, півріччя, рік.

Третій етап організації облікових робіт передбачає організацію роботи облікового апарату щодо упорядкування сукупності операцій з формування показників, що відображають результати виробничої та господарської діяльності підприємства за певний період [98].

Наприкінці звітного періоду на підприємстві проводиться інвентаризація розрахунків з покупцями та дебіторами постійно діючою інвентаризаційною комісією, результати якої оформлюються відповідним актом. Крім акту інвентаризації, необхідного для підготовки і складання річної фінансової звітності, між підприємствами акт взаємозвірки по розрахункам.

Зазвичай на вітчизняних підприємствах здійснюється поєднання журнальної та комп'ютерної форм обліку, що дає можливість в умовах повної або часткової автоматизації господарських операцій вести журнали обліку активів та зобов'язань, де вказують кореспондуючі рахунки, що забезпечує точність і швидкість відображення бухгалтерських записів.

Всі журнали формуються за кредитовим принципом по кожному синтетичному рахунку в розрізі кореспондуючих рахунків. Дебетові обороти по синтетичному рахунку враховують в кількох журналах. Об'єднання їх відбувається в Головній книзі або оборотно-сальдовій відомості при формуванні інформації, відображеної в різних журналах. В облікових реєстрах аналітичний облік поєднується з синтетичним, що дає можливість формувати показники, необхідні для контролю і складання періодичної і річної звітності.

2.2. Методика фінансового та податкового обліку реалізації продукції та розрахунків з покупцями ТОВ «Еліт-Снеіл».

Як зазначалося у розділі 1 даної роботи, дебіторська заборгованість являє собою суму всіх боргових вимог підприємства в готівковій чи безготівковій формі до інших юридичних та фізичних осіб. Серед головних ознак класифікації дебіторської заборгованості виділяють товарну (яка виникає

внаслідок реалізації продукції підприємств) і нетоварну (яка виникає внаслідок нетоварних фінансових зобов'язань) дебіторську заборгованість.

Заборгованість покупців та замовників, що виникає в процесі реалізації продукції відносяться до поточної дебіторської заборгованості. Облік розрахунків з покупцями та замовниками регламентується П(С)БО 10 «Дебіторська заборгованість», затверджений наказом Міністерства фінансів України №237 від 08.10.1999 р.

Дебіторська заборгованість як складова елементу фінансової звітності активу має визначатися і відображатися у звітності в грошовій сумі, яка визначається з урахуванням оцінки дебіторської заборгованості в поточному обліку (див. рис. 2.1).

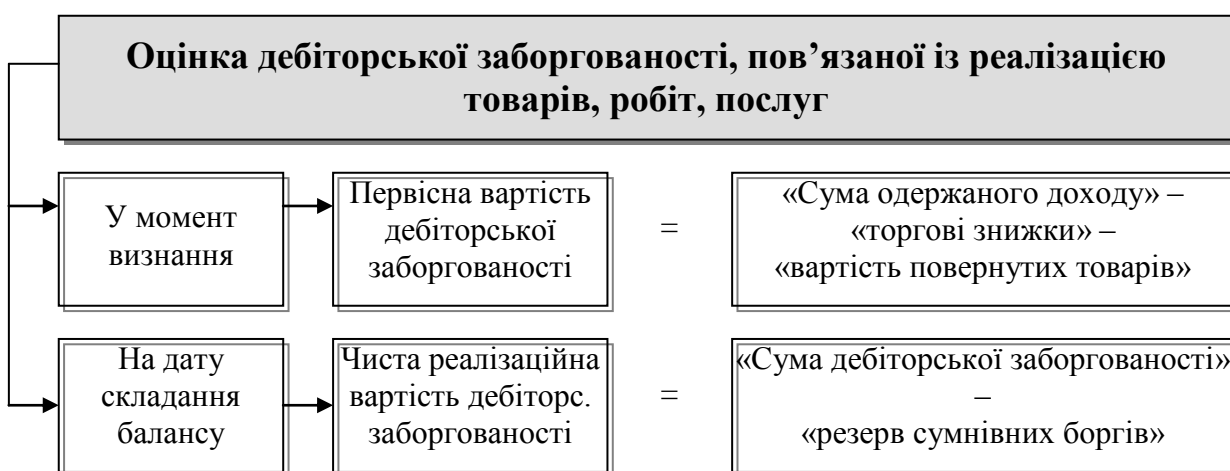


Рис. 2.1. Схема оцінки дебіторської заборгованості, пов'язаної з реалізацією товарів, робіт, послуг ТОВ «Еліт-Снеіл».

Основними джерелами інформації для контролю розрахункових відносин по товарних операціях служать первинні документи з обліку реалізації продукції. При обліку реалізації продукції в бухгалтерії ТОВ «Еліт-Снеіл» за рахунком 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками» робляться наступні записи (див. табл.2.6). Згідно з сучасною методологією обліку надходження на користь інших осіб відображують у складі доходів з одночасним відображенням їх як вирахування з доходу [40, с. 33].

Кореспонденція рахунків з обліку реалізації продукції ТОВ «Еліт-Снеіл»

| № | Зміст операції | Кореспонденція рахунків | |
|--|--|-------------------------|--------|
| | | дебет | кредит |
| У випадку передплати за продукцію, товари, роботи, послуги | | | |
| 1. | Отримана від покупця передплата за продукцію | 31 | 681 |
| 2. | Відображене податкове зобов'язання по ПДВ | 643 | 641 |
| 3. | Відображена реалізація продукції, товарів, робіт, послуг, за які отримана передплата | 36 | 70 |
| 4. | Списана сума податкових зобов'язань по ПДВ | 70 | 643 |
| 5. | Виконано залік передплати | 681 | 36 |
| У випадку наступної оплати відвантаженої продукції | | | |
| 6. | Відвантажена продукція | 36 | 70 |
| 7. | Відображення податкового зобов'язання по ПДВ | 70 | 641 |
| 8. | Отримані грошові кошти за реалізовану продукцію | 31 | 36 |

На нашу думку, при відображенні в обліку виникнення дебіторської заборгованості є некоректним одночасне збільшення доходів на всю суму дебіторської заборгованості, яка переноситься до бухгалтерських форм звітності з рахунку-фактури, виданого підприємством до сплати, оскільки сума до сплати, вказана у рахунку-фактурі, крім безпосередньої вартості самих товарів, включає ще й суму ПДВ, яку не можна класифікувати як дохід підприємства. Крім того, утворення самої дебіторської заборгованості не завжди слід пов'язувати із доходом, оскільки дохід має вимірюватись сумою очікуваних грошових надходжень, тому якщо підприємство не впевнене в погашенні дебіторської заборгованості у звітному періоді, то відображення доходу в поточному звітному періоді неможливе.

У зв'язку з цим рекомендуємо наступний зразок кореспонденції рахунків з обліку реалізації продукції на ТОВ «Еліт-Снеіл» (див. табл. 2.7), що, на нашу думку, дозволить певною мірою вирішити зазначену вище неузгодженість.

Розрахунки з іноземними покупцями по експортних операціях відображаються в аналітичному плані: «Розрахунки з іноземними покупцями по

наданому комерційному кредиту», «Векселі (тратти), одержані в іноземній валюті».

Таблиця 2.7.

Рекомендована кореспонденція рахунків з
обліку реалізації продукції на ТОВ «Еліт-Снеіл»

| № | Зміст операції | Кореспонденція рахунків | |
|--|--|-------------------------|--------|
| | | дебет | кредит |
| У випадку передплати за продукцію, товари, роботи, послуги | | | |
| 1. | Отримана від покупця передплата за продукцію, на загальну суму рахунку-фактури | 31 | 681 |
| 2. | Відображене податкове зобов'язання по ПДВ, на суму ПДВ | 643 | 641 |
| 3. | Відображена реалізація продукції, товарів, робіт, послуг, за які отримана передплата, на суму вартості товарів, робіт, послуг, без ПДВ | 36 | 70 |
| 4. | Списана сума податкових зобов'язань по ПДВ | 36 | 643 |
| 5. | Виконано залік передплати | 681 | 36 |
| У випадку наступної оплати відвантаженої продукції | | | |
| 6. | Відвантажена продукція | 36 | 70 |
| 7. | Відображення податкового зобов'язання по ПДВ | 36 | 641 |
| 8. | Отримані грошові кошти за реалізовану продукцію | 31 | 36 |

Аналітичний облік на цих субрахунках ведуть за країнами, постачальниками або номерами контрактів. Аналітичний рахунок відображає суму розрахунків в іноземній валюті, її національний еквівалент, а також суми за строками платежу.

Особливістю експортних операцій є те, що строк позовної давності становить не три роки, а залежить від того, право якої країни поширюється на відносини сторін договору [55, с. 39]. Незалежно від того, вивезений товар за кордон чи ні, в обліку відображається заборгованість, виражена в іноземній валюті [57, с. 52].

Як уже попередньо зауважувалося, на практиці відповідні питання регламентуються договірно-правовими стосунками між договорами. Останні, у

свою чергу, знаходять своє відображення у відповідних нормативно-правових документах.

Аналогічним чином, в основі обліку експортних угод без участі посередника також лежить договір поставки. Реалізація експортних товарів відображається в обліку за контрактною вартістю на підставі вантажної митної декларації і рахунку, виписаного іноземному покупцю або на підставі розрахункових документів іноземного покупця [78, с. 95]. За ним українська сторона може отримувати грошові кошти від іноземного покупця до або після відвантаження експортної продукції.

При відвантаженні товару (виконанні робіт чи наданні послуг) в обов'язковому порядку складають рахунки фактури, накладні, акти тощо, в яких зазначається окремим рядком сума податку на додану вартість, дата складання, найменування і адреса постачальника та покупця. Тому і побудова аналітичного обліку повинна забезпечити отримання керівництвом підприємства даних про заборгованість, строк сплати по якій ще не настав, а також заборгованість не сплачену в установлені терміни.

На аналізованому нами у даній роботі підприємстві аналітичний облік ведеться в журналі №3 за кожним покупцем та замовником, а також за кожним пред'явленням до сплати рахунком. Сальдо даного журналу показує заборгованість покупців та замовників перед підприємством.

Поточна дебіторська заборгованість покупців та замовників за надані їм продукцію, товари, роботи та послуги (крім заборгованості яка забезпечена векселем) відображується в статті балансу «Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги».

Регістром аналітичного обліку розрахунків з дебіторами є реєстр дебіторів. В ньому відображаються назви дебіторів, дата і документ, що засвідчує виникнення заборгованості, сума, дата і документ, що засвідчують погашення дебіторської заборгованості.

З розвитком ринкової економіки податковому обліку приділено багато, оскільки вона у особі податкових органів обліковує надходження коштів до бюджету. В теперішній час він є домінуючим і на рівні самого підприємства.

Це пов'язано з тим, що закони, які приймаються з приводу оподаткування, зобов'язують підприємства вести бухгалтерський облік своєї діяльності з обов'язком врахування вимог податкового законодавства.

Причому податковим адміністраціям за порушення порядку складання податкової звітності надано право накладати штрафи на посадових осіб, підприємства залежно від форми порушення через встановлення як адміністративної так і кримінальної відповідальності.

Облік реалізації продукції, насамперед, пов'язаний з обліком податку на додану вартість, яким обкладаються товари, роботи, послуги, що продаються на умовах вказаних в договорі (контракті) з покупцями та замовниками, а також податку на прибуток підприємства.

Натомість зобов'язання з податку на прибуток пов'язане з отриманими доходами та витратами, які несе підприємство у процесі здійснення поточної господарської діяльності. При цьому об'єктом оподаткування є прибуток, який визначається відніманням від доходів витрат підприємства.

За таких обставин також можуть виникати і податкові зобов'язання по акцизному збору, якщо відбувається реалізація підакцизних товарів.

Крім цього суб'єкти підприємницької діяльності різних галузей економіки часто стикаються із необхідністю розрахунку розмірів податкового кредиту, який також виникає у процесів проведення розрахунків із покупцями і, як наслідок, із відшкодуванням податкових платежів до бюджету.

Податковий кредит – це сума, на яку платник податку має право зменшити податкове зобов'язання звітного періоду [48].

Нижче розглянемо особливості бухгалтерського та податкового обліку розрахунків з бюджетом по податку на додану вартість. Облік податку на додану вартість ведеться на рахунку 64 «Розрахунки за податками і платежами», а саме на субрахунку 641 «Розрахунки за податками» на ньому

ведеться облік податків, які нараховуються та сплачуються відповідно до чинного законодавства (податок на прибуток, податок на додану вартість, інші податки).

На субрахунку 643 «Податкові зобов'язання» ведеться облік суми податку на додану вартість, визначену виходячи із суми одержаних авансів (попередньої оплати) за готову продукцію, товари, інші матеріальні цінності та нематеріальні активи, роботи, послуги, що підлягають відвантаженню (виконанню).

На субрахунку 644 «Податковий кредит» ведеться облік суми податку на додану вартість, на яку підприємство набуло право зменшити податкове зобов'язання.

За кредитом рахунка 64 «Розрахунки за податками і платежами» відображаються нараховані платежі до бюджету, за дебетом – належні до відшкодування з бюджету податки, їх сплата, списання.

З цього випливає, що рахунок 64 «Розрахунки за податками і платежами», як втім, і будь-який інший рахунок класу 6 «Зобов'язання», збільшує своє сальдо кредитовими оборотами, а зменшує – дебетовими [50, с. 37-63].

Інакше кажучи, за кредитом рахунка 64 «Розрахунки за податками і платежами» зобов'язання перед бюджетом нараховуються, за дебетом – погашаються одним з відомих способів: сплатою, списанням, зарахуванням.

Отже, постачальник у відповідь на попередню оплату, що включає вартість товару і ПДВ, видав підприємству-покупцеві податкову накладну. Бухгалтер підприємства-покупця повинен цю податкову накладну відобразити у реєстрі виданих та одержаних податкових накладних.

У випадку відсутності податкової накладної у разі здійснення передоплати записи по рахунку 644 «Податковий кредит» не відображаються, тобто підприємство не має права на податковий кредит. Цей запис з'явиться у той день, коли накладна надійде. А якщо податкова накладна надійде тільки разом із закупленим товаром, то у такому разі її за надходженням товарів потрібно прибуткувати відразу на субрахунок 641 «Розрахунки за податками».

Щодо правдивості відображення інформації у фінансовій звітності, то в балансі сальдо рахунка 64 «Розрахунки за податками і платежами» буде відображати узагальнену інформацію з урахуванням зменшення за дебетом субрахунку 641 «Розрахунки за податками» і субрахунку 644 «Податковий кредит», отже, розрахунки з бюджетом відображатимуть реальний стан цих розрахунків.

Тобто всі податкові накладні, які відображені за дебетом субрахунку 641 «Розрахунки за податками» (на оприбутковані надходження) та за дебетом субрахунку 644 «Податковий кредит» (на аванси видані), зараховуватимуться у зменшення зобов'язань перед бюджетом.

Інша складова розрахунків з бюджетом по податку на додану вартість – це виникнення і нарахування податкових зобов'язань, які знаходять своє відображення на субрахунках 641 «Розрахунки за податками» і 643 «Податкові зобов'язання» у залежності від змісту першої події.

Відображення операцій нарахування податкових зобов'язань з ПДВ у зв'язку з реалізацією товарів, робіт чи послуг на умовах 100% попередньої оплати з подальшим відвантаженням чи виконанням послуг у повному обсязі потребує використання субрахунків 643 «Податкові зобов'язання» і 641 «Розрахунки за податками». Кореспонденція цих рахунків наведена в таблиці 2.8.

Таблиця 2.8

Відображення в обліку
податкових зобов'язань з ПДВ на ТОВ «Еліт-Снеіл»

| № | Зміст господарської операції | Дебет | Кредит |
|-------------------------------------|---|--|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| У випадку попередньої оплати | | | |
| 1. | Одержання попередньої передоплати | 31 «Рахунки в банках» | 681 «Розрахунки за авансами одержаними» |
| 2. | Відображення податкових зобов'язань з ПДВ згідно податкової накладної | 643 «Податкові зобов'язання» | 641 «Розрахунки за податками» |

| 1 | 2 | 3 | 4 |
|---|--|---|---|
| 3. | Відвантаження товарів покупцям | 36 «Розрахунки з покупцями і замовниками» | 70 «Доходи від реалізації» |
| 4. | Відображення закриття податкових зобов'язань з ПДВ | 70 «Доходи від реалізації» | 643 «Податкові зобов'язання» |
| У випадку початкового відвантаження товарів [101, с. 15] | | | |
| 5. | Відвантаження товарів покупцям | 36 «Розрахунки з покупцями і замовниками» | 70 «Доходи від реалізації» |
| 6. | Нараховуються податкові зобов'язання | 70 «Доходи від реалізації» | 641 «Розрахунки за податками» |

Інформація у фінансовій звітності, внаслідок такого варіанту обліку ПДВ, буде правдивою. При цьому сальдо рахунка 64 «Розрахунки за податками і платежами» буде показане з урахуванням нарахування зобов'язань з ПДВ як за субрахунком 641 «Розрахунки за податками» (на відвантажені товари, здані роботи та послуги, тощо), так і за субрахунком 643 «Податкові зобов'язання» (на отримання авансу), тобто враховуватимуться всі виписані підприємством податкові накладні.

Однак у будь-якому випадку треба пам'ятати, що аванси отримані й аванси видані в бухгалтерському обліку, що, до речі, підтверджується і в П(С)БО, ніколи не долучаються до доходів і витрат. Це усього лише розрахунки, результат напряму грошових потоків і не більше.

У зв'язку із цим, аналогічно тому, як ми відокремлюємо реальні нараховані доходи і витрати від грошових потоків, потрібно відділяти податкові зобов'язання і податковий кредит, нараховані у зв'язку з отриманням доходів і здійсненням закупівель (відповідно кредит і дебет субрахунку 641 «Розрахунки за податками») від податкових зобов'язань і податкового кредиту, відображених у зв'язку з отриманням і виданням авансів (відповідно за

кредитом субрахунку 643 «Податкові зобов'язання» і дебетом субрахунку 644 «Податковий кредит»).

Очевидно, у такому випадку, бухгалтеру доведеться суму, вказану постачальникам у податковій накладній, все ж відобразити з кредиту субрахунку 631 (адже не можна зменшувати суму поставок, вказаних у супровідних документах), але не в дебет субрахунку 641 або 644 (адже, згідно із Податковим Кодексом Розділ 5 «Податок на додану вартість», це не податковий кредит), а в дебет іншого рахунка. У коментарях відомих фахівців з цього питання пропонується використати для цієї мети субрахунок 645, назвавши його «Відстрочений податковий кредит». Мабуть, можна визнати, що це найліпший вихід із становища, а всі недоліки, які звідси випливають (громіздкість облікових процедур і водночас повна безрезультатність для держбюджету), ще раз підтверджують думку про недосконалість вітчизняного податкового законодавства.

Отже, достовірне відображення на рахунках бухгалтерського обліку, у фінансовій і податковій звітності інформації про податкові зобов'язання і податковий кредит у частині податку на додану вартість по розрахунках з покупцями та замовниками повинно відповідати вимогам чинного законодавства, тобто Розділам 3 «Оподаткування прибутку підприємств» та 5 «Податок на додану вартість» Податкового кодексу у разі визначення першої і другої події здійснення господарської операції.

При здійсненні фінансово-господарської діяльності та розрахунків з покупцями та замовниками у підприємства, окрім зобов'язань по ПДВ, виникають зобов'язання і по податку на прибуток, оскільки в результаті реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) підприємство отримує прибуток. Виходячи з цього необхідно розглянути особливості податкового обліку доходів та витрат підприємства.

Слід зазначити, що п. 44.2 розділу 2 Податкового Кодексу України регламентує, що для обрахунку об'єкта оподаткування платник податку на прибуток використовує дані бухгалтерського обліку щодо доходів та витрат.

Таким чином, для розрахунку прибутку як об'єкта оподаткування на ТОВ «Еліт-Снеіл» використовує наступну формулу:

$$\text{Прибуток} = \text{Доходи} - \text{Собівартість} - \text{Інші витрати},$$

де **Прибуток** – це прибуток звітного податкового періоду; **Доходи** – доходи звітного податкового періоду; **Собівартість** – собівартість реалізованих товарів, виконаних робіт, наданих послуг; **Інші витрати** – інші витрати звітного податкового періоду.

Звітним періодом для платників податку на прибуток вважається: календарні квартал, півріччя, три квартали, рік (п. 152.9 ПКУ), крім виробників сільськогосподарської продукції, для яких річний податковий період починається з 1 липня поточного звітного року і закінчується 30 червня наступного звітного року.

Згідно з визначенням ПКУ (п. 14.1.57), доходи – це загальна сума доходу платника податку від усіх видів діяльності, отриманого (нарахованого) протягом звітного періоду в грошовій, матеріальній або нематеріальній формах як на території України, так і за її межами.

До складу доходів, які враховуються при визначенні об'єкта оподаткування (прибутку), включаються:

1. доходи від операційної діяльності, які складаються, у першу чергу, з доходів від реалізації товарів, виконаних робіт, наданих послуг (п. 135.4);
2. інші доходи, що включають доходи у вигляді дивідендів, отриманих від нерезидентів, від операцій оренди/лізингу, за операціями в іноземній валюті, суми штрафів, безповоротної фінансової допомоги, доходи від реалізації необоротних активів тощо (детальніше у п. 135.5 ПКУ).

Важлива новація стосується дати визнання доходів від продажу товарів (робіт, послуг), визначеної в ст. 137 ПКУ. Дохід від реалізації товару тепер визнається за датою переходу покупцеві права власності на такий товар. Дохід від надання послуг (виконання робіт) признається за датою складання акта чи іншого документа, оформленого відповідно до вимог законодавства, який підтверджує надання послуг (виконання робіт). Таким

чином, діє метод нарахувань, який орієнтується на перехід права власності на товар та не залежить від його оплати. За цим методом датою отримання доходів, які враховуються для визначення об'єкта оподаткування, є звітний період, в якому такі доходи визнаються, незалежно від фактичного надходження коштів (п. 137.4 ПКУ). Тобто факт отримання оплати за товари (роботи, послуги) тепер взагалі не впливає на формування оподаткованого прибутку (в тому числі дата отримання авансу не вважається датою отримання доходу).

Що стосується податкового обліку дебіторської заборгованості, то у ньому обліковують лише ту дебіторську заборгованість, яка є простроченою, тобто якщо термін її погашення минув. Загалом її розрізняють за двома наступними видами:

- дебіторська заборгованість за відвантаженими товарами (роботи, послуги), коли підприємство є продавцем;
- дебіторська заборгованість за перерахованими грошовими авансами за товари (роботи, послуги), коли підприємство є покупцем.

Правила списання такої заборгованості регламентовані Розділом 3 «Оподаткування прибутку підприємств» ПКУ. Згідно із яким списувати дебіторську заборгованість можна лише у тому випадку, якщо відповідні заходи щодо повернення таких боргів не призвели до позитивного результату [48]. Під такими заходами розуміють:

- позови до суду або до нотаріуса;
- виставлені письмові претензії до боржника [5, с. 28].

Порядок списання дебіторської заборгованості за відвантаженими товарами у зв'язку з закінченням строку позовної давності розглянемо на прикладі даних таблиці 2.9.

У тому випадку, якщо виникла дебіторська заборгованість по перерахованій передоплаті і покупець стягнути борг не намагався, грошова дебіторська заборгованість (як і товарна) не може бути віднесена до витрат.

При цьому витрати, які виникли при перерахуванні передоплати, слід відкоригувати.

Таблиця 2.9

Облік списання дебіторської заборгованості за реалізовану продукцію у зв'язку із закінченням строку позовної давності у ТОВ «Еліт-Снеіл»

| Зміст господарської операції | Кореспонденція рахунків | | Сума | Відображено у податковій звітності |
|---|-------------------------|-----|------|---|
| | Дт | Кт | | |
| Відвантажено товари покупцю | 361 | 702 | 6000 | Рядок 01.1 декларації з податку на прибуток |
| Відображено податкові зобов'язання з ПДВ | 702 | 641 | 1000 | Рядок 1 колонка Б декларації з ПДВ |
| Списано собівартість товарів | 902 | 281 | 3000 | |
| Списано дебіторську заборгованість після закінчення строку позовної давності, якщо: | | | | Рядок 05.3 декларації податку на прибуток |
| - виставлено претензію боржнику | 944, 949, | 361 | 6000 | |
| - не виставлено претензію боржнику | 944, 949 | 361 | 6000 | |
| Відображено на позабалансовому рахунку суму списаної дебіторської заборгованості | 071 | | 6000 | |

Порядок списання дебіторської заборгованості за виданими авансами у зв'язку з закінченням строку позовної давності розглянемо на у таблиці 2.10.

Таблиця 2.10

Облік списання дебіторської заборгованості за виданими авансами у зв'язку із закінченням строку позовної давності у ТОВ «Еліт-Снеіл»

| Зміст господарської операції | Кореспонденція рахунків | | Сума | Відображено у податковій звітності |
|--|-------------------------|-----|------|---|
| | Дт | Кт | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Перераховано постачальнику передоплату | 371 | 311 | 6000 | Рядок 04.1 декларації з податку на прибуток |

Продовж. табл. 2.10

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|----------|-----|-------|---|
| Відображено податковий кредит з ПДВ | 641 | 644 | 1000 | Рядок 10.1 колонка Б декларації з ПДВ |
| <i>Списано дебіторську заборгованість після закінчення строку позовної давності, якщо боржник задовольнив виставлену претензію і надав товар</i> | | | | |
| Оприбутковано товар | 281 | 631 | 5000 | |
| Закрито податковий кредит | 644 | 631 | 1000 | |
| Відображено залік заборгованості | 631 | 371 | 6000 | |
| <i>Списано дебіторську заборгованість після закінчення строку позовної давності, якщо боржник задовольнив виставлену претензію і повернув передоплату</i> | | | | |
| Одержано назад передоплату | 311 | 371 | 6000 | Рядок 04.1 декларації з податку на прибуток |
| Відкориговано ПДВ | 641 | 644 | -1000 | |
| <i>Списано дебіторську заборгованість після закінчення строку позовної давності, якщо підприємство претензію не виставляло</i> | | | | |
| Списано дебіторську заборгованість за рахунок витрат діяльності | 944, 949 | 371 | 6000 | |
| Відображено на позабалансовому рахунку суму списаної дебіторської заборгованості | 071 | | 6000 | |

2.3. Методика формування та облік фінансових результатів від реалізації продукції ТОВ «Еліт-Снеіл».

Методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про доходи підприємства та її розкриття у фінансовій звітності визначені П(С)БО 15 “Дохід”, згідно якого дохід визнається під час збільшення активу або зменшення зобов’язання, що зумовлює зростання власного капіталу (за винятком зростання капіталу за рахунок внесків учасників підприємства), за умови, що оцінка доходу може бути достовірно визначена.

Методологічні та методичні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про витрати підприємства визначає П(С)БО 16 “Витрати”.

Витратами звітного періоду визнаються або зменшення активів або збільшення зобов'язань, що призводить до зменшення власного капіталу підприємства (за винятком зменшення капіталу внаслідок його вилучення або розподілу власниками), за умови, що ці витрати можуть бути достовірно оцінені.

Витрати мають показуватися у тому звітному періоді, у якому вони обумовили одержання доходів. Проведені витрати, які відносяться до майбутніх періодів, обліковуються по дебету активного рахунку 39 “Витрати майбутніх періодів”. Вони списуються по кредиту цього рахунку по мірі настання відповідних періодів на дебет рахунків витрат, до яких вони відносяться.

Велш Г.А. і Шорт Д.Г. витрати майбутніх періодів називають також відкладеними витратами і зазначають, якщо, наприклад, доходи зароблені за три облікових періоди, витрати майбутніх періодів повинні розноситися на кожний з цих трьох періодів для того, щоб визначити чистий прибуток для кожного періоду [77, с. 160].

Прибуток – сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати. Збитки – перевищення суми витрат над сумою доходів, для отримання яких здійснені ці витрати.

Господарським кодексом України (стаття 87, пункт 5) визначено, що прибуток господарського товариства утворюється з надходжень від його господарської діяльності після покриття матеріальних та прирівняних до них витрат і витрат на оплату праці.

Облік і аналіз результатів фінансово-господарської діяльності підприємств доцільно проводити за видами діяльності. Це допомагає визначити внесок кожного виду діяльності в загальний фінансовий результат, покращує проведення аналізу їх доходів і витрат з метою пошуку резервів збільшення доходів і шляхів зниження витрат.

В багатьох країнах світу фінансовий результат визначають за видами діяльності. Так, у Франції загальний результат роботи підприємства визначається шляхом додавання експлуатаційного, фінансового і надзвичайного результатів. Канадські фірми для визначення фінансового результату використовують таку класифікацію: виробництво, транспорт, постачання, реалізація, фінанси і бухгалтерія, персонал, адміністрування [14, с. 244].

За даними Звіту про фінансові результати (форма № 2) можна аналізувати формування фінансових результатів. Згідно з Планом рахунків фінансові результати обліковуються на рахунках класів 7 “Доходи і результати діяльності” і 9 “Витрати діяльності”.

Рахунки 70 “Доходи від реалізації” і 90 “Собівартість реалізації” є транзитними, їх закривають на рахунок 79 “Фінансові результати”, по якому визначають фінансовий результат – валовий прибуток (збиток), як різниця між оборотами за кредитом і дебетом рахунку 79. За кредитом рахунку 79 відображаються суми в порядку закриття рахунків обліку доходів (рахунки 70-75), за дебетом – суми в порядку закриття рахунків обліку витрат, а також належна сума нарахованого податку на прибуток (рахунки 90, 92-98). Сальдо рахунку 79 списується на рахунок 44 “Нерозподілені прибутки (непокриті збитки)”: дебет рахунку 79 і кредит рахунку 44 – нерозподілені прибутки; дебет рахунку 44 і кредит рахунку 79 – непокриті збитки.

Схему визначення фінансових результатів на рахунках бухгалтерського обліку показано на рисунку 2.2.

Згідно принципу періодичності результат діяльності підприємств визначається за певні проміжки часу (місяць, квартал, півріччя, 9 місяців, рік). Це здійснюється з метою забезпечення ефективнішого формування і зручності подання інформації користувачам про результати діяльності підприємства, покращення аналізу його роботи і управління.

Поділ діяльності підприємства на періоди є умовним, бо визначити дійсну суму прибутку, заробленого підприємством можна лише за період від його

створення до закриття. Леоте Е. зазначав, що визначення справжнього прибутку можливе тільки після ліквідації підприємства [14, с. 41-42].

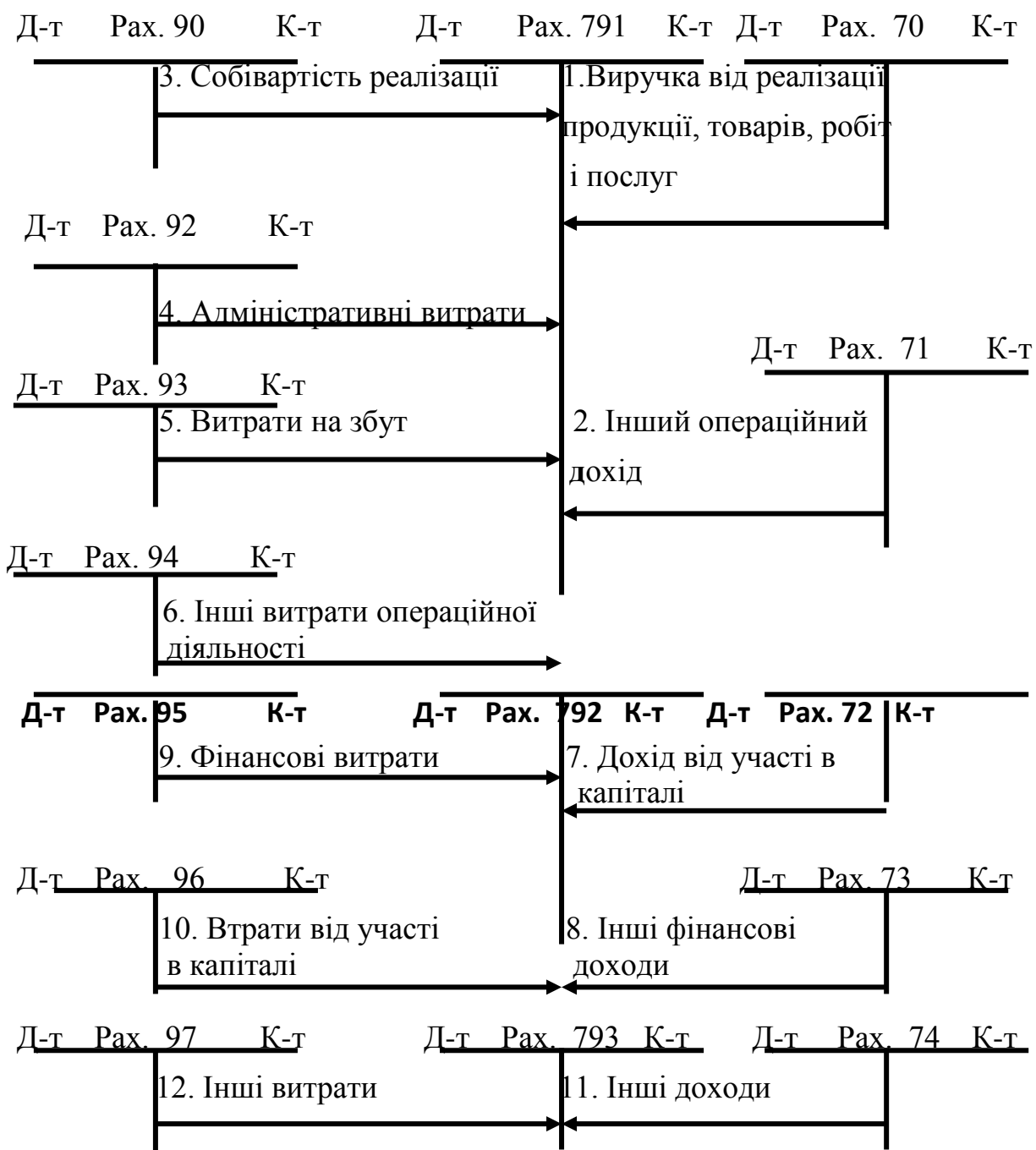


Рис. 2.2. Схема обліку фінансових результатів

Існують різні методики визначення фінансових результатів.

У світовій практиці використовують, в основному, два методи визначення фінансових результатів:

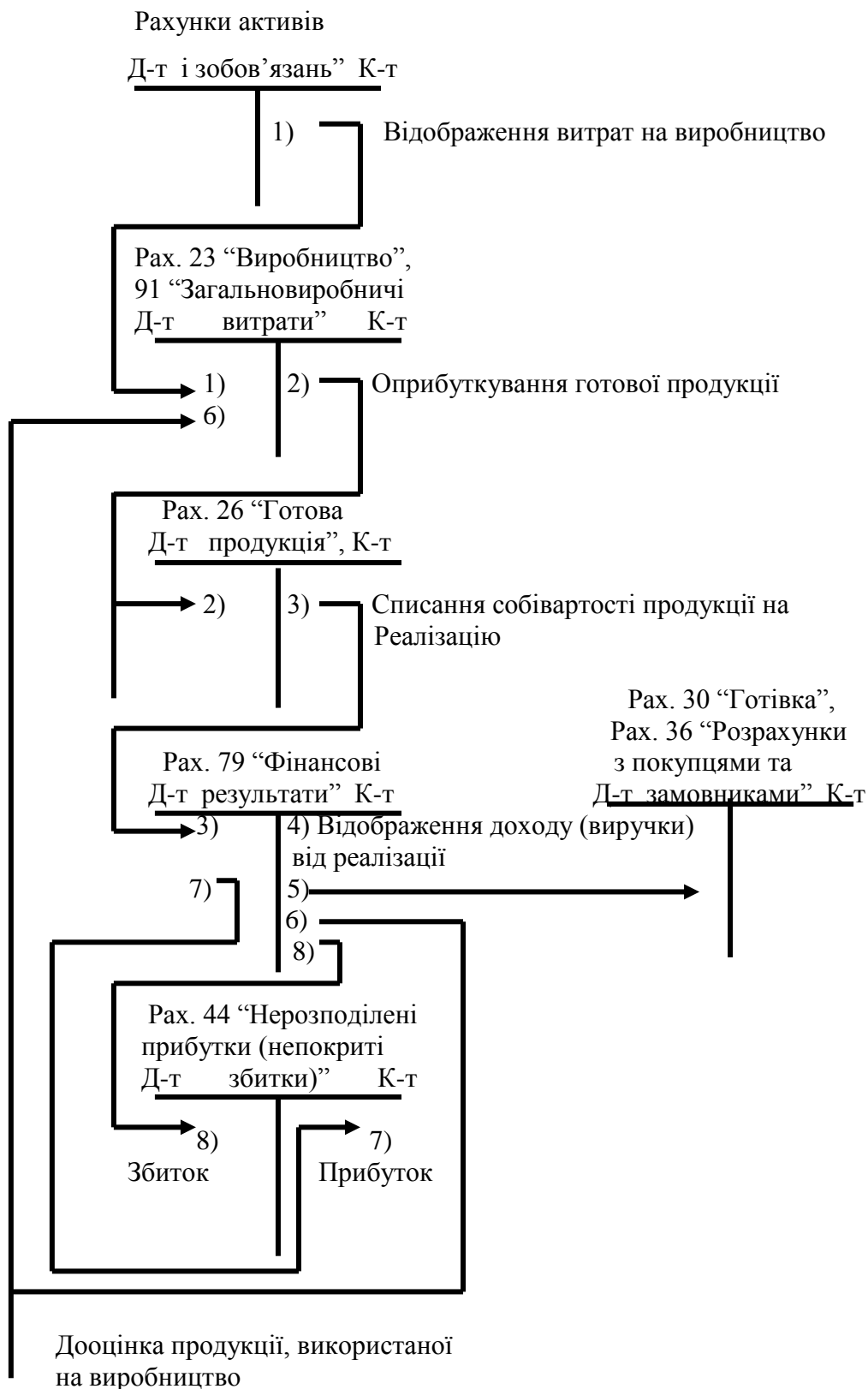


Рис. 2.3. Модель відображення на бухгалтерських рахунках процесів виробництва і реалізації.

1) метод порівняння доходів і витрат (або метод “витрати-випуск”) – визначення прибутку (збитку) як різниці між доходами і витратами звітного періоду;

2) метод порівняння капіталу (або метод зміни чистих активів) – визначення приросту власного капіталу у звітному періоді як різниці між сумою власного капіталу на кінець і на початок звітного періоду.

Традиційно фінансовий результат обчислюють за методом порівняння доходів і витрат. Так, згідно принципу нарахування та відповідності доходів і витрат для визначення фінансового результату звітного періоду необхідно порівняти доходи звітного періоду з витратами, що були здійснені для отримання цих доходів.

В фінансовому обліку прибуток (збиток) визначається як різниця між доходами (виручкою) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) і витратами.

Маржинальний дохід (збиток) в управлінському обліку – різниця між доходами (виручкою) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) і змінними витратами.

Фінансовий результат можна визначати за модифікованим варіантом методу “витрати-випуск”, за яким результат періоду (прибуток, збиток) обчислюється як різниця між доходами і витратами з урахуванням змін залишків матеріальних запасів, незавершеного виробництва і готової продукції. Цей метод доцільно використовувати в малих підприємствах, що застосовують спрощений бухгалтерський облік.

План рахунків бухгалтерського обліку в Україні побудований так, щоб фінансовий результат визначати за першим методом, тобто шляхом порівняння доходів і витрат. Зокрема, за дебетом рахунку 79 “Фінансові результати” відображаються витрати, а за кредитом – доходи. Різниця між оборотами за кредитом і дебетом рахунку 79 становить фінансовий результат – прибуток (збиток).

Другий метод передбачає визначення прибутку (збитку) звітної періоду як різницю між сумою власного капіталу на кінець і на початок звітної періоду. Якщо власний капітал на кінець звітної періоду збільшився, то маємо – прибуток, а навпаки – збиток.

Власний капітал – це чиста вартість підприємства. Нерозподілений прибуток – це накопичена сума прибутку за вирахуванням збитків та дивідендів, виплачених акціонерам. Нерозподілений прибуток теж є власним джерелом засобів і за економічним змістом відповідає власному капіталу. Отже, прибуток (нерозподілений прибуток) є одним із видів власного капіталу і формує загальну його суму.

Витрати і доходи прямо пов'язані із зміною власного капіталу підприємства. Адаже згідно Положень (стандартів) бухгалтерського обліку витрати – це зменшення економічних вигід у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, які призводять до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення капіталу за рахунок його вилучення або розподілу власниками), а дохід, на противагу витратам, визнається під час збільшення активу або зменшення зобов'язання, що зумовлює зростання власного капіталу (за винятком зростання капіталу за рахунок внесків учасників підприємства). Проте, законодавчими і нормативно-правовими актами з бухгалтерського обліку врегульована методика визначення фінансових результатів лише за методом порівняння доходів і витрат.

Міжнародними стандартами бухгалтерського обліку (пункт 104) передбачено, що прибуток заробляється, тільки якщо фінансова (або грошова) сума чистих активів або фізична виробнича потужність (або продуктивність) підприємства (або ресурси чи кошти, необхідні для досягнення такої потужності) на кінець періоду перевищує фінансову (або грошову) суму чистих активів або фізичну виробничу потужність на початок періоду після вилучення будь-яких виплат власникам або внесків власників протягом цього періоду [77, с. 72].

Існує формула рівності активів (господарських засобів) і пасивів (джерел утворення господарських засобів) підприємства:

$$\text{Активи} = \text{Власний капітал} + \text{Зобов'язання} \quad (8)$$

Власний капітал і зобов'язання складають пасив.

Активи балансу завжди дорівнюють пасивам. А тому будь-яка зміна (збільшення або зменшення) активів відповідно призводить до зміни (збільшення або зменшення) пасивів на однакову суму.

Якщо складові частини наведеного рівняння перенести з однієї частини в іншу з відповідною зміною знаку, отримаємо:

$$\text{Власний капітал} = \text{Активи} - \text{Зобов'язання} \quad (9)$$

Знаючи власний капітал на початок і кінець звітного періоду, можна визначити суму прибутку або збитку.

Якщо в даному періоді відбулось вилучення капіталу засновниками, то ця сума віднімається від суми капіталу на початок періоду. Надходження капіталу за рахунок внесків засновків додається до суми капіталу на початок періоду.

Вуд.Ф. використовує таку формулу для розрахунку прибутку методом порівняння капіталу:

$$\text{Початковий капітал} + \text{Прибуток} - \text{Вилучення} = \text{Кінцевий капітал} \quad (10).$$

Вуд.Ф. зазначає, що цей метод розрахунку прибутку є незадовільним, бо більше інформації отримується тоді, коли є можливість зіставити прибутки і збитки. Тому при можливості необхідно використовувати метод порівняння доходів і витрат.

Метод порівняння капіталу використовують у Франції. Так, закон “Про торговельні товариства” у статті 344 пропонує визначати фінансовий результат звітного періоду як “різницю між виручкою, збільшеною на прибутки, і витратами, збільшеними на збитки”. Загальний податковий кодекс Франції у статті 38-2 визначення фінансового результату передбачає як “різницю між вартістю чистого активу на кінець і початок періоду, за виключенням внесків капіталу і відхилень”.

Отже, між початковим і кінцевим капіталом виникає рівність:

$$K_{п} + П - В_{к} = K_{к} - Н_{к}, \quad (11)$$

де $K_{п}$ – капітал на початок періоду;

$П$ – прибуток;

$В_{к}$ – вилучення капіталу в звітному періоді;

$K_{к}$ – капітал на кінець періоду;

$Н_{к}$ – надходження капіталу в звітному періоді.

Формула для визначення фінансового результату матиме вигляд:

$$П = K_{к} - Н_{к} - K_{п} + В_{к}.$$

Таким чином, щоб визначити фінансовий результат методом порівняння капіталу підприємству достатньо вести облік своїх боргів (тобто залучений капітал) і активів. Суму активів підприємство може визначити також шляхом фактичного підрахунку залишків (тобто, шляхом інвентаризації) активів станом на кінець періоду.

Висновки до розділу 2.

1. Встановлено, що оскільки існування будь-якого підприємства не можливе без процесу реалізації продукції, то забезпечення цього процесу є стратегічно важливим завданням, серед якого ми пропонуємо комплекс задач з обліку, а саме: своєчасність документального оформлення операцій з реалізації; ведення синтетичного та аналітичного обліку розрахунків з покупцями з дотриманням принципів бухгалтерського обліку; своєчасне та достовірне відображення зазначених операцій з реалізації в податковому обліку; своєчасна взаємна звірка розрахунків з дебіторами; вжиття усіх можливих заходів щодо недопущення нереальної дебіторської заборгованості; своєчасне та якісне проведення інвентаризації розрахунків з покупцями; дотримання умов поставки, передбачених в договорі тощо.

2. Досліджено, що система організації бухгалтерського обліку процесу реалізації на ТОВ «Еліт-Снеіл» передбачає три етапи:

першим етапом облікового процесу реалізації виступає первинний облік розрахунків з покупцями, що передбачає вивчення складу та змісту облікових номенклатур первинного обліку (табл. 2.2.) та формування схеми та складу документообороту щодо основних первинних документів з обліку реалізації продукції покупцям та замовникам (табл. 2.3);

другий етап організації обліку – технічний, він передбачає вибір способу обробки облікових даних, розробка переліку і форм облікових реєстрів, вибір способів здійснення записів у бухгалтерських реєстрах (табл. 2.4.);

третій етап організації облікових робіт передбачає організацію роботи облікового апарату щодо упорядкування сукупності операцій з формування показників, що відображають результати виробничої та господарської діяльності підприємства за певний період.

3. Розглянуто методику фінансового обліку процесу реалізації на ТОВ «Еліт-Снеіл» із застосуванням рахунку 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками» (табл. 2.6.) та запропоновано шляхи його удосконалення (табл. 2.7.). Відображенні в обліку виникнення дебіторської заборгованості є некоректним одночасне збільшення доходів на всю суму дебіторської заборгованості, яка переноситься до бухгалтерських форм звітності з рахунку-фактури, виданого підприємством до сплати, оскільки сума до сплати, вказана у рахунку-фактурі, крім безпосередньої вартості самих товарів, включає ще й суму ПДВ, яку не можна класифікувати як дохід підприємства.

4. Вивчення методики податкового обліку показало, що облік реалізації продукції, насамперед, пов'язаний з обліком податку на додану вартість. Відображення операцій нарахування податкових зобов'язань з ПДВ у зв'язку з реалізацією товарів, робіт чи послуг на умовах 100% попередньої оплати з подальшим відвантаженням чи виконанням послуг у повному обсязі потребує використання субрахунків 643 «Податкові зобов'язання» і 641 «Розрахунки за податками». (табл. 2.8.) Зобов'язання з податку на прибуток пов'язане з отриманими доходами та витратами, які несе підприємство у процесі здійснення поточної господарської діяльності. При цьому об'єктом

оподаткування є прибуток, який визначається відніманням від доходів витрат підприємства.

5. Встановлено, що у світовій практиці використовують, два методи визначення фінансових результатів: 1) метод порівняння доходів і витрат (або метод “витрати-випуск”) – визначення прибутку (збитку) як різниці між доходами і витратами звітного періоду; 2) метод порівняння капіталу (або метод зміни чистих активів) – визначення приросту власного капіталу у звітному періоді як різниці між сумою власного капіталу на кінець і на початок звітного періоду. Традиційно фінансовий результат обчислюють за методом порівняння доходів і витрат. В фінансовому обліку прибуток (збиток) визначається як різниця між доходами (виручкою) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) і витратами. Маржинальний дохід (збиток) в управлінському обліку – різниця між доходами (виручкою) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) і змінними витратами.

РОЗДІЛ 3

АНАЛІЗ ТА КОНТРОЛЬ ПРОЦЕСУ РЕАЛІЗАЦІЇ НА ТОВ «ЕЛІТ-СНЕІЛ» В УМОВАХ ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ

3.1. Сучасні інформаційні системи в обліку та аналізі процесу реалізації ТОВ «Еліт-Снеіл».

Великий обсяг економічної інформації, який постійно збільшується, потребує подальшого вдосконалення облікової і контрольно-аналітичної роботи. В умовах ручної обробки знижується якість інформації, подовжується термін її опрацювання, а зростання затрат праці призводить до різкого збільшення управлінського персоналу [98, с.52]. Тому перед підприємствами різних форм власності постає питання, як зробити складний і трудомісткий обліково-аналітичний процес простішим, оперативнішим і менш трудомістким.

Вітчизняна методика бухгалтерського обліку та аналізу передбачає існування поряд із традиційними формами обліку, заснованими на паперових носіях інформації, комп'ютерної форми бухгалтерського обліку, що базується на машинних носіях інформації. Схема нагромадження, обробки та передачі бухгалтерської інформації при комп'ютерній формі бухгалтерського обліку наведена на рисунку 3.1.

На різних підприємствах і зокрема на ТОВ «Еліт-Снеіл», обробка обліково-аналітичної інформації побудована на різних принципах та програмному забезпеченні. Програмного забезпечення для обробки облікової інформації на сьогодні існує дуже багато і кожне підприємство обирає для себе таке, яке могло б забезпечити повноцінне висвітлення усієї необхідної інформації.

З цього приводу зауважимо, що облік процесу реалізації має ряд особливостей, які повинні бути враховані у контексті використання комп'ютерних технологій, а саме автоматизації бухгалтерського обліку на підприємстві.

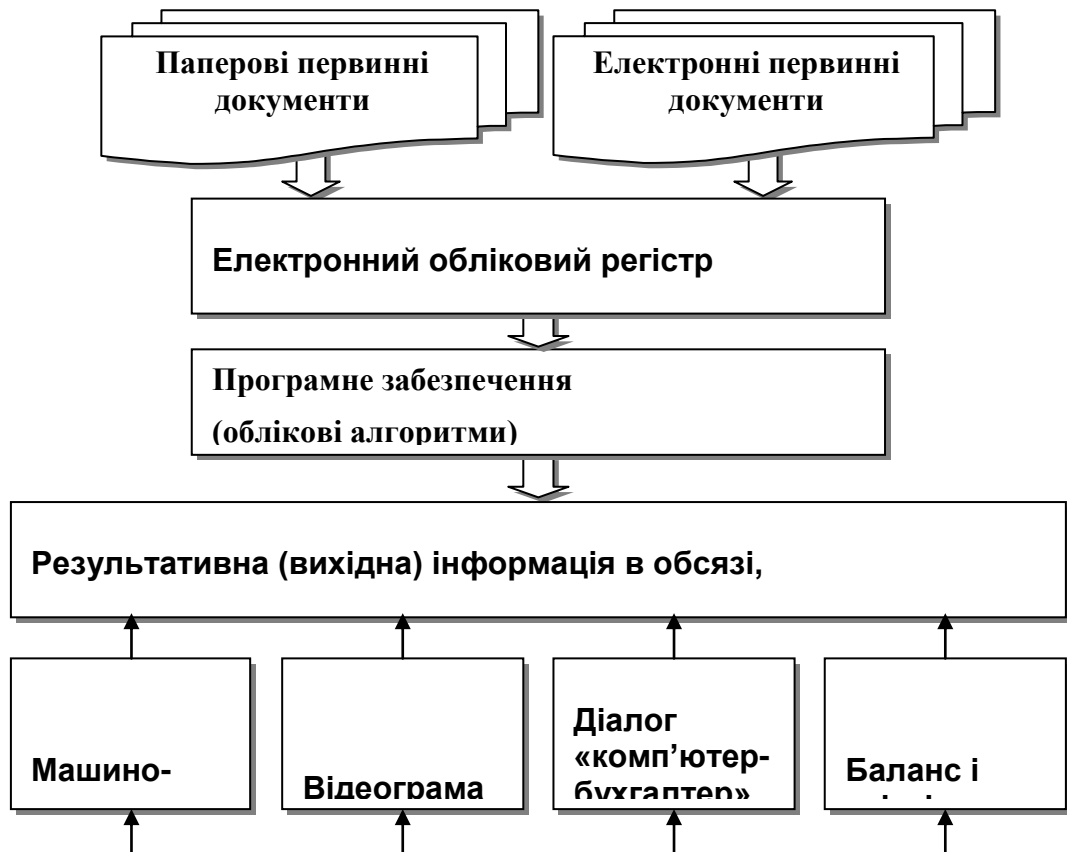


Рис. 3.1. Рух інформації при комп'ютерній формі бухгалтерського обліку [104, с.32]

Зазвичай підприємство самостійно доопрацьовує функціональний блок програмного забезпечення, налаштовуючи його під особливості роботи з покупцями та дебіторською заборгованістю, що включає в себе додатково створені довідники, документи, печатні форми, звіти, бухгалтерські довідки, журнали документів як з бухгалтерського, так і податкового обліку.

Наприклад, довідник «Розрахунки з покупцями та замовниками» призначений для зберігання списку покупців та замовників продукції (робіт, послуг) підприємства. Його використовують для аналітичного обліку на рахунку 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками».

Довідник, окрім стандартних, має і новостворені розроблювачами реквізити, які дозволяють:

- визначати первісну вартість дебіторської заборгованості;
- визначати чисту вартість дебіторської заборгованості;

- враховувати дату виникнення та погашення дебіторської заборгованості;
- генерувати угоди в MS Word з наступними реквізитами: номер угоди, дата складання, дата закінчення дії угоди;
- автоматично заповнювати форми звітності щодо дебіторської заборгованості.

Аналогічним чином побудовані і довідники щодо дебіторської заборгованості за векселями та іншої дебіторської заборгованості.

Постійне підвищення складності обліково-аналітичних процедур на тлі постійного збільшення обсягів економічної інформації та відповідних інформаційних потоків зумовили появу розмаїття програмних продуктів, які мають своєю метою автоматизацію відповідних процесів.

Складність останніх диктує об'єктивну необхідність приділення значної уваги дослідженню їх особливостей та специфіки їх застосування. Класифікацію можливостей найбільш поширених серед них у контексті ведення розрахунків з контрагентами представлено в таблиці 3.1.

Дослідивши можливості програмного забезпечення щодо обліку та аналізу процесу реалізації, зосередимо свою увагу на найбільш розповсюдженому програмному продукті «1С:Підприємство», який застосовується у роботі ТОВ «Еліт-Снейл».

До «1С: Підприємство», з точки зору інформаційно-програмної структури також включаються наступні модулі (режими):

- режим «ведення бухгалтерського обліку», який представлено у вікні «Запуск системи» у вигляді піктограми 1С: Підприємство;
- режим «Конфігуратор» (формується структура самої конфігурації системи);
- «Інформаційна база підприємства» (являє собою інформаційну систему підприємства, з її певною структурою і змістом) [106; 14; 15].

Таблиця 3.1.

Можливості програмного забезпечення щодо
обліку та аналізу процесу реалізації продукції

| № з/п | Назва програми | Модулі чи компоненти | Загальна характеристика |
|-------|------------------------------------|--|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1. | БААН IV – Збут, постачання, склади | «Управління закупками», «Управління продажем», «Інформація по маркетингу та торгівлі», «Електронний обмін даними», «Управління замовленнями на поповнення», «Управління партіями виробів», «Управління зберіганням», «Планування потреб розподілу» | Розроблена для вирішення задач управління та контролю за сферою постачання, збуту та за матеріальними потоками, які щоденно постають і перед товаровиробниками, і перед посередниками |
| 2. | «1С:Бухгалтерія 8.0» | Безмодульна програма | Дозволяє реалізувати складні алгоритми введення та обробки інформації з обліку реалізації продукції [106] |
| 3. | «БЭСТ – ПРО» | «Ведення договорів» | Модуль, призначений для обліку договірної діяльності, надає наступні можливості: <ul style="list-style-type: none"> ⇒ введення та зберігання договорів у первинному текстовому вигляді; ⇒ підтримка наступних видів договірної діяльності: оренда, виставкова діяльність, купівля-продаж, товарообмін, консигнація, підряд; ⇒ підтримка великої кількості шаблонів договорів за різними видами договірної діяльності; складання повної специфікації і розрахунок кошторису договору; ⇒ ведення календарного плану виконання договорів; контроль поточної дебіторської або кредиторської заборгованості за виконаними договорами; ⇒ розрахунок та нарахування штрафних санкцій; ⇒ формування відомості сальдо розрахунків за договорами в цілому, за рахунками та етапами договору |

| 1 | 2 | 3 | 4 |
|----|-------------|--|---|
| 4. | «Конкорд» | «Дебітори», «Замовлення», «Кредитори», «Закупівлі», «Склад» | Використання в програмі, окрім стандартних модулів, різних доповнень розширюють можливості існуючих модулів системи і розроблені з урахуванням специфіки конкретної галузі господарювання. Модулі системи щодо обліку розрахунків мають спеціальні бухгалтерські процедури для відображення рахунків для оплати, що надходять, і для проведення часткових платежів |
| 5. | «Галактика» | «Управління маркетингом», «Управління документооборотом», «Управління закупками», «Постачальники, одержувачі», «Управління продажами», «Складський облік» | Функції по відстеженню пропозицій постачальників, плануванню закупівель та вибору постачальника виконуються у програмному модулі «Управління маркетингом». Отримання і відстеження заяв на придбання - у модулі «Управління документооборотом». Контроль взаєморозрахунків з постачальниками - у модулі «Постачальники, одержувачі». У модулі «Управління закупками» - операції по роботі з конкретними документами на придбання. У модулі «Управління продажами» - можливість ведення продаж комплектами товарів; автоматичного або ручного резервування ТМЦ в розрізі складів і підприємств при виписці документу та гнучке управління резервом; прогнозування об'ємів закупівель і формування заявок на дефіцити. Тісно пов'язаний із задачами управління закупками і продажами програмний модуль «Складський облік» |
| 6. | X-DOOR | «Відпуск товару», «Складський облік», «Партнери», «Реалізатори» | Модулі дозволяють повністю автоматизувати роботи, пов'язані з відпуском товарів на підприємстві, відслідкувати ланцюг продаж і закупок товарів у розрізі постачальників та покупців |
| 7. | Scala | «Книга закупок», «Книга продаж» | Модулі програми забезпечують можливості обліку розрахунків з дебіторами та кредиторами: можливість виконання та імпорт автоматичних платежів, прогнозування платежів, припущення щодо платежів, автоматичний контроль кредитоспроможності, нагадування, реалізація звітів про виняткові ситуації |

Інформаційна структура «ІС: Підприємство» показана на рис. 3.2.

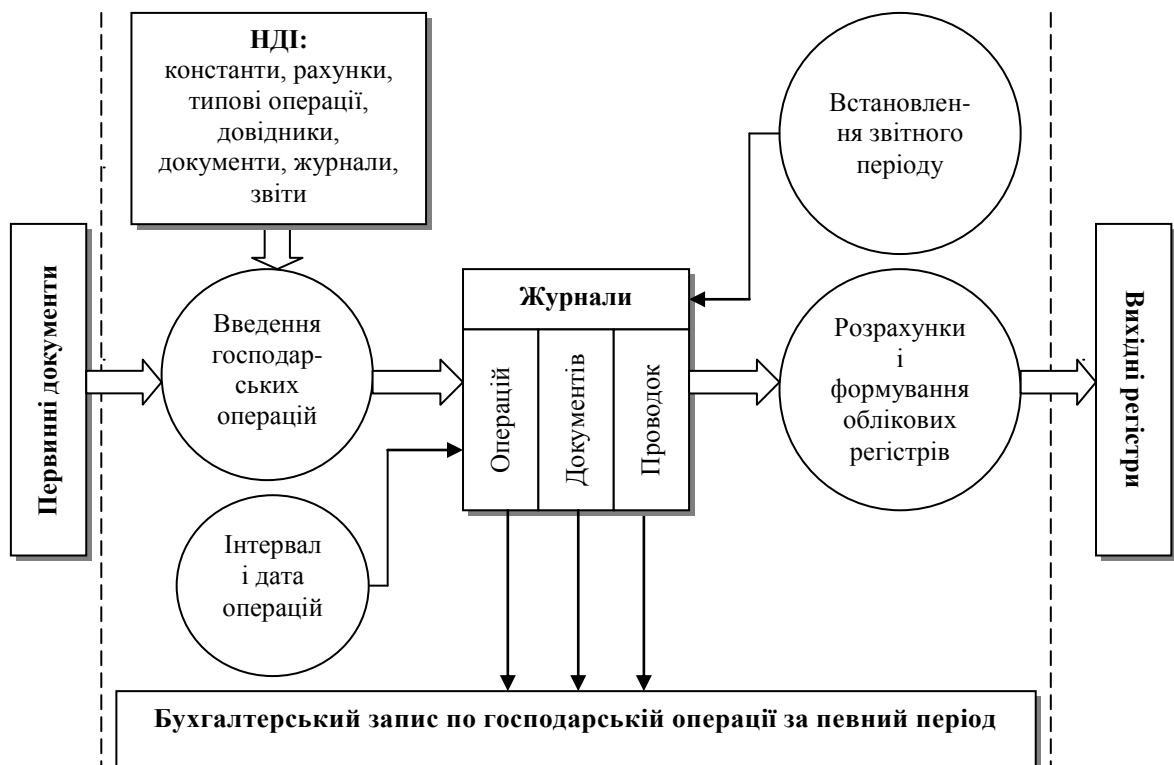


Рис. 3.2. Інформаційна структура «1С:Підприємство»

Бухгалтерський облік процесу реалізації з використанням програми «1С: Бухгалтерія 8.0» можна умовно поділити на два етапи:

1. Реєстрація та оперативний аналіз поточних змін у складі активів та зобов'язань, що виникають внаслідок здійснення розрахунків з покупцями;
2. Відображення у звітності підприємства результатів реалізації продукції та формування узагальнених показників, що характеризують результати діяльності підприємства у звітному періоді [126].

Бухгалтерські проводки формуються автоматично з використанням Довідника типових бухгалтерських операцій. При формуванні звітності використовуються вхідні залишки на початок звітної періоду і обороти по рахункам за звітний період [44, с. 294].

Облік розрахунків ТОВ «Еліт-Снеіл» з його покупцями ведеться у програмі «1С: Бухгалтерія» у типовій конфігурації та у розрізі документів-замовлень.

Документом-замовленням у програмі є перший документ у пов'язаній за змістом послідовності документів, які впливали на стан розрахунків з покупцями, регламентували відносини з ним [106].

На ТОВ «Еліт-Снеіл» прикладами такої послідовності можуть бути:

- рахунок-фактура – видаткова накладна – банківська виписка (в цьому випадку замовленням є рахунок-фактура);
- рахунок-фактура – банківська виписка – видаткова накладна (замовленням також є рахунок-фактура);
- договір – прибуткова накладна – банківська виписка (замовленням є договір);
- договір – рахунок-фактура – видаткова накладна – банківська виписка (замовленням є договір).

Варіант обліку взаєморозрахунків з клієнтом по рахунках/накладних або за договорами визначається для кожного клієнта в реквізиті «*Вид взаиморасчетов*» форми елементів довідника «*Контрагенты*».

Наприклад, ТОВ «Еліт-Снеіл» веде облік взаєморозрахунків з постійними покупцями в розрізі договорів, а з випадковими – в розрізі рахунків/накладних. При цьому типова конфігурація дозволяє вести облік господарських операцій підприємства по кількох видах розрахунків – готівка, передоплата і бартер.

Передоплата. Стандартна схема відвантаження і оплати товару. При проведенні документ «*Расходная накладная*» формує типові бухгалтерські проводки. Передоплату можна використовувати не лише у випадку фактичної передоплати клієнта за товари, а в будь-якій ситуації, при безготівкових розрахунках для проведення видаткових чи прибуткових документів.

Розрахунок за готівку. Використовується у випадку, якщо передбачається негайний розрахунок готівкою за придбаний товар. Таким чином, накладна за готівку, окрім стандартних дій, формує бухгалтерську проводку по оплаті товару. У випадку, коли передбачається розрахунок готівкою через певний проміжок часу, потрібно виписати накладну на «передоплату», а при

надходженні грошей в касу, оформити цю операцію за допомогою документу *«Приходный ордер»*.

Бартер. Використовується при оформленні товарообмінних (бартерних) операцій. Реєстрація факту взаємозаліку по бартерній угоді оформляється в типовій конфігурації за допомогою документу *«Перезачет-бартер»*, який слід вводити по відношенню до документа, який закриває бартерну поставку попереднім числом з метою коректного визначення сум попереднього відвантаження.

Основу розрахункових операцій в ТОВ «Еліт-Снеіл» становлять укладені договори. Для введення договору в програмі необхідно виконати команди: *«Документи»* – *«Договор»*. При введенні договору потрібно: визначити контрагента з яким укладається договір; валюту, в якій проводитимуться розрахунки та її курс у гривнях; вид торгівлі (передоплата, готівка, бартер); зазначити оподаткування ПДВ операцій по договору.

Документом, відповідно до якого проводяться розрахунки ТОВ «Еліт-Снеіл» з покупцями є *«Счет-фактура»*.

Рахунки обліку покупців ведуться в трьох розрізах: *«Контрагенти»*, *«Підстава»* і *«Варіанти реалізації»*.

Список аналітичних об'єктів (субконто) *«Контрагенти»* представлений у вигляді трирівневого довідника. Його структура була визначена при реалізації операцій по розрахунках із засновниками. Заповнення цього довідника інформацією може здійснюватися раніше або безпосередньо в процесі введення операцій і документів.

Виду субконто *«Підстава»* відповідає довідник, який містить відомості про документи – підстави для розрахунків. Такими документами можуть бути договори, рахунки, акти та ін.

Даний довідник має назву *«Договори»*, але до нього можуть вноситися відомості і про будь-які інші види документів. Наявність даного аналітичного розрізу дозволяє з'ясувати суму дебіторської (кредиторської) заборгованості за кожним документом, а також прослідкувати одночасне виникнення

дебіторської та кредиторської заборгованості у одного й того ж контрагента.

Наявність третього субконто виду «Варіанти реалізації» зумовлене необхідністю вести окремий облік за варіантами реалізації для правильного вирахування податків.

Слід відзначити, що при обліку авансових платежів аналітичний облік ведеться у розрізі тих же видів субконто – «Контрагенти», «Підстава» та «Варіанти реалізації». Це означає, що всі отримані від покупця аванси враховуються не лише з деталізацією за договорами, а ще з деталізацією за варіантами реалізації, що дозволяє найбільш точно здійснювати його наступний залік. Таку особливість необхідно брати до уваги при оформленні документів та введенні бухгалтерських операцій.

Програмою передбачено здійснення кількох типів реалізації шляхом вибору з фіксованого переліку. Можливі варіанти видів реалізації подані у вигляді перерахунку «Типи реалізації» зі значеннями:

- виробництво;
- виконання робіт;
- надання послуг;
- торгівля оптова;
- торгівля роздрібна;
- торгівля комісійна;
- надання посередницьких послуг;
- інше.

Крім того, в програмі реалізована можливість створення звітів та розрахунків відповідно до потреб користувачів, що може бути зумовлено як галуззю діяльності господарюючого суб'єкта, так і специфікою його діяльності [106].

Реєстрація та оперативний аналіз поточних змін носить безперервний характер та виражається в обов'язковій реєстрації в програмі кожної поточної господарської операції. Результатом такої реєстрації є складання кількох проводок, що відображають на рахунках бухгалтерського обліку зміни у складі

активів та зобов'язань підприємства, які виникли у зв'язку з даними господарськими операціями.

Проводки по всіх зареєстрованих операціях накопичуються та зберігаються програмою у журналі господарських операцій. На початок кожного місяця програма автоматично фіксує сальдо на рахунках бухгалтерського обліку та зберігає їх у базі даних. У кінці місяця дана процедура повторюється.

Крім того, додатково до початкових та кінцевих сальдо, програма розраховує та зберігає в базі даних обороти по кожному рахунку та кожному об'єкту аналітичного обліку за минулий місяць. І так кожен наступний місяць. У результаті облікова інформація в програмі зберігається у вигляді підсумкових показників за кожний місяць обліку, а також у вигляді сукупності проводок за весь період обліку.

Ці дані у будь-який момент можуть бути вилучені з бази даних та надані користувачу у вигляді стандартних бухгалтерських звітів:

- оборотно-сальдових відомостей по окремому рахунку або по всіх рахунках;
- журналів-ордерів та відомостей по будь-якому рахунку з можливістю деталізації як по об'єктах аналітики, так і по датах операцій;
- карток по рахунках та субконто;
- звіту по проводках з можливістю відбору проводок по різних критеріях;
- Головної книги, «Шахматки».

З метою удосконалення обліку реалізації продукції в автоматизованому режимі створюються довідники нормативно-довідникової інформації. Так, Довідник зовнішніх організацій використовується для організацій обліку відвантаження, виписки платіжних доручень-вимог у розрізі платників, а також для відображення та аналізу реалізації готової продукції. Його структура: код зовнішньої організації, найменування організації, адреса та банківські реквізити організації.

Довідник текстових постійних необхідний для автоматизованої виписки платіжних документів. Його структура: текст (наприклад, «оплата телеграфом» та ін.), код постійних даних.

Довідник договорів по поставках готової продукції необхідний для аналізу поставок готової продукції, а також для визначення отриманих сум та прогнозу отримання грошових коштів за готову продукцію. Він має наступну структуру: код фондотримача, код покупця, номенклатурний номер, найменування, план поставок продукції по місяцях (кількість), сума планових платежів, що передбачені договором.

Довідник користувачів необхідний для оформлення платіжних документів від постачальників продукції. Структура довідника: код користувача, найменування підприємства, адреса та банківські реквізити підприємства.

Довідник торгових націнок необхідний для оцінки готової продукції з урахуванням націнок підприємства, а також для виписки платіжних документів. Довідник має наступну структуру: код готової продукції, відсоток націнок або сума.

Після набору нормативно-довідникової інформації здійснюється формування первинних даних та, при необхідності, їх видача та друк.

Відображення інформації на картках обліку готової продукції здійснюється автоматично по мірі оприбуткування та відвантаження готової продукції з вказівкою залишку по кожному номенклатурному номеру.

При відвантаженні готової продукції зі складу здійснюється формування та виписка рахунку-фактури на відпуск готової продукції, в якій вказуються: дата відвантаження. Номер рахунку-накладної, код одержувача, код постачальника та його реквізити, номер договору, марка готової продукції, номенклатурний номер, ціна за одиницю, кількість.

По мірі відвантаження готової продукції здійснюється формування та виписка рахунку-накладної з реквізитами покупця, а також формується на основі рахунку-накладної та нормативно-довідкової інформації платіжне доручення-вимога. У подальшому на основі сформованої інформації рахунків-

накладних здійснюється реєстрація рахунків-накладних в книзі спеціальної форми, де також вказуються дата відвантаження продукції та дата оплати.

При перевірці інформації книги реєстрації рахунків-накладних, бухгалтер аналізує, чи всі первинні документи зареєстровані в книзі, перевіряє своєчасність оплати готової продукції, виявляє причини, які тягнуть несплату рахунків, а також виявляє можливі необґрунтовані переплати або недоплати по кожному окремому рахунку. При цьому в запитальному режимі здійснюється формування інформації по руху готової продукції на складі за певний період часу.

При наборі функції «Відомість аналітичного обліку» здійснюється формування та відображення інформації, що накопичується з початку звітного періоду по кожному номенклатурному номеру.

Згідно даної відомості бухгалтер аналізує та дає конкретні пропозиції по недопоставках продукції. Дана відомість дає можливість підприємству уникнути штрафних санкцій, а також своєчасно розрахуватися з замовником по укладеним договорам.

Після формування інформації на АРМБ першої категорії здійснюється її перезапис в АРМБ другої категорії, головне меню якої має наступний вигляд:

- вхідна інформація;
- нормативно-довідкова інформація;
- вихідна інформація;
- ведення інформаційної бази.

При виборі функції «Нормативно-довідкова інформація» в меню другого рівня відображається перелік нормативно-довідкової інформації:

- довідник плану випуску продукції;
- довідник рахунків бухгалтерського обліку;
- довідник статей обліку;
- база знань.

Довідник плану випуску продукції необхідний для аналізу оприбуткування готової продукції на склад, прогнозування поставок та можливих вторинних

результатів від реалізації готової продукції. Він має наступну структуру: структурний підрозділ, здавач готової продукції, номенклатурний номер, план випуску продукції по місяцях (кількість), плановий відсоток рентабельності.

Довідник рахунків використовується для обліку на рахунках, субрахунках та кодах аналітичного обліку. Його структура: код підприємства, рахунок, субрахунок, код аналітичного обліку, його найменування.

Довідник статей обліку призначений для формування інформації по статтях витрат та має наступну структуру: код статті, її найменування.

Вихідна інформація на АРМБ другої категорії містить наступний перелік:

- відомість відвантаження, відпуску та реалізації готової продукції;
- відомість визначення результатів реалізації готової продукції;
- відомість визначення результатів реалізації готової продукції;
- моделювання рентабельність продукції.

У режимі «Відомість відвантаження, відпуску та реалізації готової продукції» здійснюється формування та відображення на дисплеї або друкований пристрій інформації її змісту. Ця відомість використовується бухгалтером для визначення суми відвантаженої та реалізованої продукції, а також для визначення несплаченої продукції. Бухгалтер шляхом аналізу інформації за даної відомістю перевіряє законність здійснення господарської операції.

Підсумкові дані повинні відповідати виручці від реалізації, тому бухгалтер має можливість їх проконтролювати за будь-який період часу, звіряючи ці дані з звітними даними, що показані в формі №2 квартальної та річної звітності.

Для визначення результатів від реалізації готової продукції бухгалтер формує та відображає «Відомість визначення результатів від реалізації готової продукції», яка має такий вигляд: номенклатурний номер, виручка від реалізації всього, ПДВ, фактична собівартість та результат від реалізації – прибуток чи збиток. Дані відомості сприяють виявленню результатів реалізації готової продукції. При цьому бухгалтер здійснює контроль по кожній номенклатурі, дає висновок про можливість збиткових виробів.

Для прогнозу по реалізованій продукції бухгалтер моделює її рентабельність в режимі «Моделювання рентабельності продукції». При цьому видається графічна ілюстрація даних у порівнянні з плановою рентабельністю продукції. Модель може бути відображена як у порівнянні з фактичними даними, так і з даними, що передбачені на майбутні періоди. Це дозволяє бухгалтеру здійснювати аналіз рентабельності та надати конкретні пропозиції з організації виробництва готової продукції або з припинення випуску нерентабельних видів продукції.

Як видно з вищенаведеного, програмний продукт «1С: Бухгалтерія» є досить ефективним при обліку процесу реалізації. Дана програма дуже зручна і не потребує значних навичок роботи з комп'ютером з боку користувача. Практично на кожне питання можна знайти відповідь у зручній системі допомоги, яка вмонтована в даний програмний продукт. Водночас дана програма забезпечує не тільки облік, аналіз процесу реалізації, а й інші бухгалтерські облікові процеси.

Так, зокрема, облік у програмі «1С: Бухгалтерія» побудований на основі плану рахунків, а тому відповідає вимогам Національних стандартів бухгалтерського обліку та інших нормативно-законодавчих актів, які регулюють бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні. Незважаючи на те, що ТОВ «Еліт-Снеіл» досить непогано оснащена комп'ютерною технікою та програмним забезпеченням, ми рекомендуємо в бухгалтерському обліку (та і в управлінні підприємством загалом) використовувати поєднання інформаційних систем ERP і CRM.

Діяльність будь-якого підприємства включає в себе стандартний набір процесів: планування, виробництво, облік та контроль. Для вдосконалення цих процесів застосовуються системи ERP (Enterprise Resources Planning). На відміну від системи ERP, що оптимізує внутрішні бізнес-процеси, системи CRM (Customer Relationships Management) у центр уваги ставлять клієнта підприємства. CRM дозволяє отримати максимально можливу інформацію про

своїх клієнтів, використовуючи її для ефективної організації всіх бізнес-процесів (див. рис.3.3).



Рис. 3.3. Приклад головної сторінки CRM-системи

Український ринок систем, здатних комплексно управляти внутрішніми ресурсами підприємства та взаємодіями з контрагентами (постачальниками, клієнтами, партнерами), наразі невеликий. Вище представлено управлінський програмний продукт, який здатний інтегруватися до вже існуючих на підприємстві інформаційних потоків, реалізований на базі комплексної системи управління підприємством «BS Integrator».

Подібна система легко трансформується під зміни, що постійно відбуваються у вітчизняному законодавстві. При цьому в поєднанні з гнучкістю налаштування її функціональність ніскільки не поступається західним аналогам. Система має спеціальний модуль, що реалізує функції стандарту CRM-модуль «BS Маркетинг». Модуль «BS Маркетинг» дозволяє пов'язувати

різні бізнес-процеси, що відбуваються на підприємстві, та ділову інформацію від існуючих клієнтів за допомогою цілісного інформаційного середовища.

При цьому фахівцям усіх підрозділів надається різнорівневий доступ до інформації про ринок, клієнтів, партнерів, аналітику тощо. Працівники відділів маркетингу, планування, виробництва, збуту, бухгалтерії завжди зможуть мати необхідну інформацію не тільки для управління зв'язками з клієнтами, а й для ефективної спільної роботи.

Управління і контроль за фінансами на кожному підприємстві тісно пов'язані з іншими організаційними структурами — постачання, збуту, виробництва. При цьому також відбувається постійний обмін інформацією, основна частка якої пов'язана з контрагентами. Так, наприклад, фінансовому відділу потрібна інформація про клієнтів, постачальників сировини і матеріалів, ринкові ціни тощо. І особливо для бухгалтера важливо, щоб вона була достовірною й оперативною.

При впровадженні такої системи на підприємстві бухгалтер отримує, по-перше, зручний інструмент для накопичення і використання інформації про клієнтів та партнерів. До системи вводяться всі доступні дані про клієнта (адреси, реквізити тощо). Тут враховується і вся інформація стосовно взаємодії «клієнт-підприємство».

Наприклад, при купівлі товару в системі зберігаються опис купленого товару, його ціна, кількість, мета купівлі, вид і терміни оплати тощо. Усі ці дані оновлюються при кожному контакті підприємства з клієнтом. У результаті бухгалтер може отримати будь-яку інформацію про клієнта, простежити історію його контактів з підприємством, уточнити, хто з менеджерів відповідає за роботу з конкретним клієнтом, проконтролювати терміни контактів та подання документів. І всю цю інформацію отримати на своєму робочому місці та в зручному, наочному вигляді.

Перевага «BS Integrator» у тому, що, будучи конструктором бізнес-процесів, він дає змогу налаштувати той набір інформації, який потрібен саме для конкретного підприємства конкретної галузі економіки. До того ж

інтерфейс системи настраюється окремо для кожного користувача або групи спеціалістів.

Як бачимо, впровадження комп'ютерної системи дозволяє суттєво полегшити роботу бухгалтерії. В результаті зниження рутинного паперового навантаження у бухгалтерів з'являється можливість більш деталізовано відслідкувати зміни в законодавстві України. При цьому також зростають можливості аналізу, статистичної обробки і підготовки аналітичної інформації, призначеної для ефективного управління.

Оскільки головним призначенням бухгалтерської програми є полегшення рутинної роботи бухгалтера зі складання відомостей, журналів та звітів, то за умови правильного рознесення сум первинних документів по синтетичних рахунках, точного зазначення аналітичних об'єктів зведені дані розраховуються комп'ютером автоматично. До того ж, вкрай низькою є ймовірність припущення арифметичних помилок, а також помилок, пов'язаних з неправильним перенесенням даних з облікових реєстрів до звітності.

Цілком зрозуміло, що в умовах постійної інтенсифікації інформаційних потоків та збільшення обсягів облікової інформації комп'ютерні технології виступають єдиним джерелом забезпечення оптимізації управлінських потоків на різних рівнях управління економічними суб'єктами. Це твердження повною мірою стосується і ведення обліково-аналітичних процедур, притаманних сучасній бухгалтерії. Саме тому розробка уніфікованих форм звітності та автоматизація процедур документообігу в межах організаційної структури управління підприємством здатні запобігти дублюванню управлінських функцій та нераціональному використанню наявних у підприємства ресурсів.

Підбиваючи підсумки, необхідно відмітити, що на ТОВ «Еліт-Снеіл» бухгалтерський облік та аналіз процесу реалізації, ведеться із широким застосуванням комп'ютерної техніки. Це спричинено тим, що складність і трудомісткість нормативного бухгалтерського обліку на даний час перевищує можливості персоналу бухгалтерії. А це, в свою чергу, ускладнює облік і затримує отримання необхідної інформації, особливо на сьогоднішній день,

коли облікова інформація відіграє дуже важливу роль в процесі оперативного управління підприємством.

Вважаємо, що безсумнівними перевагами запропонованої інформаційної системи автоматизованого бухгалтерського обліку та аналізу в ТОВ «Еліт-Снеіл» є:

- простота у роботі;
- налагодження на різні стандарти ведення бухгалтерського обліку;
- автоматизація формування бухгалтерських проводок і звітності;
- просте і швидке налагодження системи на відповідність звітності

законодавчим актам.

При цьому також зберігається можливість інтеграції наведеної інформаційної системи до використовуваних на сьогоднішній день програмних продуктів «1С: Підприємство» та «1С: Бухгалтерія».

3.2. Стратегічний аналіз процесу реалізації та управління ТОВ «Еліт-Снеіл».

Практичний досвід управління підприємствами в умовах невизначеності бізнес-середовища дає можливість зробити висновок про те, що для ефективного управління діяльністю підприємства недостатньо здійснювати виключно кількісний аналіз показників оцінки поточного стану та стратегічно важливих перспектив управління активами компанії. Проведення кількісного аналізу дає можливість управлінцям відповісти на питання «скільки?», при цьому немає можливості відповісти на питання «чому саме одержаний такий показник?», «що вплинуло у найбільшій мірі на величину показника?», «що необхідно зробити для покращення ситуації та за рахунок чого?».

Натомість відповіді на поставлені питання повною мірою можуть бути отримані завдяки проведенню якісного аналізу економічних показників оцінки ефективності виробничо-господарської діяльності в умовах конкурентного ринку.

На відміну від певною мірою «класичного» аналізу за допомогою кількісних методів, що вже традиційно превалує серед методів економічного аналізу, методи стратегічного аналізу ще не набули достатньої розповсюдженості в управлінні діяльністю підприємства. Проте саме вони дають можливість отримати відповіді на поставлені нами питання.

Іншими словами, йдеться про пошук відповідей на питання «Чому?» і «Як?». І все це безпосередньо стосується аналізу складу і структури дебіторської заборгованості на досліджуваному підприємстві.

Отже головною задачею проведення якісного аналізу реалізації продукції є виявлення видів продукції, по яких виникає найбільша дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги, висвітлення найбільш цінних покупців (наприклад, ключових постачальників, посередників, споживачів та інших суб'єктів ринкової інфраструктури) підприємства, основних видів продукції, за якими найчастіше виникає дебіторська заборгованість, тощо.

З цього приводу варто також зауважити, що жоден метод чи їх група (у тому числі кількісні та якісні) повинні розглядатися як взаємодоповнюючі, а не взаємовиключаючі. Саме завдяки цьому стає можливим отримати синергійний ефект від подолання обмеженості кожної з цих груп методів.

Для вирішення поставлених задач пропонуємо скористатися такими поширеними в практиці управлінської діяльності методиками якісного аналізу як АВС-аналіз та XYZ-аналіз.

АВС-аналіз є методом стратегічного аналізу, що застосовується з метою селективного добору найцінніших та перспективних для підприємства постачальників і клієнтів, найважливіших видів сировини та матеріалів, найбільш вагомих елементів витрат (англ. – *Cost Drivers*), найрентабельнішої продукції, найефективніших напрямків капіталовкладень, дослідження асортиментної політики підприємства, а також інших важливих аспектів управління підприємством.

Можна сказати, що ABC-аналіз це техніка для кількісної оцінки вартості і продуктивності операцій реалізації та ефективності використання ресурсів і вартості об'єктів [14, с. 243; 15, с. 43].

Тому, зокрема, у контексті нашого поточного дослідження задля проведення ABC-аналізу необхідно клієнтів (покупців діючих та потенційних) та відповідні асортиментні групи товарів поділити на 3 групи (А, В, С) за будь-яким з вибраних критеріїв: за виручкою, обсягами збуту, прибутку, витратами [14].

Даний вид аналізу полягає у виявленні та оцінюванні кількісних значень заборгованості, яка виникає внаслідок реалізації певних видів продукції підприємства, частка яких у загальній сукупності дебіторської заборгованості найбільша. Завдяки цьому вдається сконцентрувати увагу на пріоритетних напрямках зменшення собівартості продукції, а також визначити реальні шляхи підвищення обсягів їх реалізації [14].

Зауважимо також, що, як свідчить практика, у структурі дебіторської заборгованості більшості вітчизняних підприємств найвагоміша частка припадає на дебіторську заборгованість за товари, роботи, послуги. Отже, суб'єктам господарювання доцільно здійснювати ABC-аналіз саме цього елемента дебіторської заборгованості як за окремими покупцями, так і за асортиментним рядом товарів.

При цьому також стає очевидним і те, що в останньому разі наш аналіз буде спрямований на добір видів продукції, на які у вартісному вираженні припадає найбільша частка (або питома вага) у структурі дебіторської заборгованості.

Ефективність ABC-аналізу виробленої продукції можна істотно підвищити, скориставшись наступною моделлю класифікації окремих її видів:

1). «Група А» - види випущеної підприємством продукції, на які припадає понад 80% дебіторської заборгованості у загальній структурі продажів.

2) «Група В» - види випущеної підприємством продукції, відповідна частка яких перевищує 15%.

3) «Група С» - інші, незначні за питомою вагою власного внеску (тобто до 5%) у загальній структурі дебіторської заборгованості за види продукції.

Зрозуміло, що найбільші резерви зниження дебіторської заборгованості за товари, роботи, послуги можуть бути виявлені під час аналізу А-продукції. Щоб розкрити такі резерви, складають перелік відповідних заходів:

- якомога точніше оцінювання величини дебіторської заборгованості з урахуванням системи знижок на підприємстві;
- мінімізація втрат оформлення здійсненої господарської операції;
- створення сприятливих умов з доставки товару до споживача;
- оптимізація номенклатури випущеної продукції;
- переговори з покупцями щодо визначення точної дати сплати;
- пошук альтернативних методів управління заборгованістю;
- посилений контроль за дотриманням платіжної дисципліни.

АВС-аналіз є одним із методів раціоналізації прийняття управлінських рішень в умовах невизначеності, який, завдяки цьому, може широко використовуватися у всіх функціональних сферах менеджменту підприємств.

Він, зокрема, дозволяє:

- а) виділити найбільш суттєві напрямки діяльності сфер матеріально-технічного забезпечення, виробництва і реалізації товарів підприємства;
- б) спрямувати ділову активність у сферу підвищеної економічної значимості і, одночасно з цим, знизити затрати в інших сферах за рахунок усунення надлишкових управлінських функцій або видів робіт;
- в) підвищити ефективність організаційних і управлінських рішень завдяки їх цільовій орієнтації.

Виходячи з цього, нераціонально приділяти позиціям, що відіграють незначну роль у згаданих сферах, таку ж увагу, що і товарам чи продукції першочергової важливості.

Це положення, що одержало широке визнання в управлінській теорії та практиці, відоме як принцип Парето. Суть його полягає в тому, що на декілька виробів із всієї сукупності тих, що загалом виробляються, продаються,

купаються або зберігаються, припадає значна частина витрачених або придбаних ресурсів.

Тому, наприклад, стосовно політики управління матеріальними запасами та ресурсами таке твердження означає, що на обмежене число поставок приходится основна маса використовуваних матеріалів [127].

З метою оптимізації процесів реалізації продукції пропонуємо ABC-аналіз комбінувати з іншим методом стратегічного аналізу – XYZ-аналізом. Цей метод дає можливість класифікувати клієнтів підприємства у залежності від стабільності їх закупок та точності прогнозування змін їх потреб.

XYZ – аналіз матеріалів, зокрема, передбачає оцінку їх значимості у залежності від частоти споживання. Якщо розглядати споживання окремих видів товарів протягом тривалого періоду, то можна встановити, що у їх числі є товари, які мають постійний і стабільний попит; товари, доходи від яких піддаються певним, наприклад сезонним коливанням, і, насамкінець, товари, доходи від яких мають суто випадковий характер.

Тому в межах кожного із класів А, В і С товари можуть бути розподілені ще і за ступенем прогнозованості доходів від їх реалізації. Для такої класифікації використовуються символи X,Y,Z. При цьому у якості показника, що характеризує можливі коливання в споживанні матеріалів, може використовуватись коефіцієнт варіації

$$g = \frac{\sigma}{\bar{X}_i} * 100\% , \quad \sigma = \sqrt{\frac{\sum (X_t - \bar{X}_t)^2}{T-1}} \quad (3.1)$$

де, σ – стандартне відхилення, яке визначає ступінь фактичних витрат матеріалів протягом аналізованого періоду відносно середньої величини;

\bar{X}_1 – середня величина витрат матеріалів;

X_t – фактичні витрати матеріалів у t -му періоді;

T – число періодів спостереження.

Під час проведення XYZ-аналізу найчастіше застосовувані види продукції, при продажу якої виникає дебіторська заборгованість, тому залежно від рівня їх споживання покупцями їх поділяють на три класи.

1. X-продукція – продукція, що рівномірно постачається покупцям у процесі здійснення господарської діяльності (тобто без істотних коливань).

2. Y-продукція – продукція, що споживається покупцями з відчутними коливаннями, залежними, наприклад, від виробничого циклу чи сезонності виробництва.

3. Z-продукція - продукція, що споживається нерегулярно через значні коливання відповідної потреби кінцевого покупця.

Залежно від класу, до якого віднесено випущену продукцію, має забезпечуватися точність прогнозування потреби в ній для продажу, а отже – і величина запасу готової продукції на складі. Зрозуміло, що потреба в X-продукції вимагає найвищої, а в Y-продукції середньої точності аналізу, прогнозування й нормування. Потребу в Z-продукції спрогнозувати дуже важко.

З огляду на це доходять висновку щодо рекомендованого розміру запасів (обсягу оборотних коштів, які заморожуються в них): у першому випадку запаси є мінімальними; у другому – запаси мають бути високими в певні періоди, а в третьому – постійні запаси створювати взагалі недоцільно [124].

У табл. 3.2 запропоновано об'єднання двох методик аналізу: ABC- та XYZ-аналізу. Завдяки цьому, зокрема, стає можливим здійснити розподіл усієї випущеної продукції ТОВ «Еліт-Снеіл» на різні асортиментні групи товарів, за якими виникає дебіторська заборгованість.

Асортиментні групи товарів з найвищою питомою вагою дебіторської заборгованості складають групу А, із середньою питомою вагою – групу В, із низькою – групу С.

У межах даних груп виділяються стратегічно важливі клієнти (група Х), клієнти, які споживають вироблену продукцію сезонно (група Y), незначні клієнти, які нерегулярно споживають вироблену продукцію з невисокою

точністю прогнозування (група Z). Слід зауважити, що, наприклад, усередині групи А – товарів з найвищою питою вагою – можуть бути контрагенти різного ступеня важливості. Якщо це постійний покупець, то він буде входити до групи Х, якщо розглядається разова купівля, то покупець формуватиме групу Z.

Таблиця 3.2

Запропонована методика ABC- та XYZ-аналізу

| № з/п | Асортиментні групи в розрізі основних клієнтів | Частка дебіторської заборгованості у загальній її сумі, % | Клас товарної групи | Класифікація клієнтів залежно від рівня сталості продажів і важливості дебітора |
|-------|--|---|---------------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. | Продуктова група № 1 | 30,30% | Група А | |
| | Контрагент 1 | | | Група Х |
| | Контрагент 2 | | | Група Х |
| | Контрагент 3 | | | Група Х |
| | Контрагент 4 | | | Група У |
| | Контрагент 5 | | | Група Z |
| | Контрагент 6 | | | Група У |
| 2. | Продуктова група № 2 | 23,70% | Група А | |
| | Контрагент 1 | | | Група У |
| | Контрагент 2 | | | Група У |
| 3. | Продуктова група № 3 | 15,20% | Група В | |
| | Контрагент 1 | | | Група Х |
| | Контрагент 2 | | | Група Z |
| | Контрагент 3 | | | Група Z |
| 4. | Продуктова група № 4 | 11,40% | Група В | |
| | Контрагент 1 | | | Група Х |
| | Контрагент 2 | | | Група У |
| 5. | Продуктова група № 5 | 9,50% | Група С | |
| | Контрагент 1 | | | Група У |
| | Контрагент 2 | | | Група У |
| 6. | Продуктова група № 6 | | | |
| | Контрагент 3 | | | Група Х |
| | Контрагент 4 | | | Група Z |
| | Контрагент 5 | | | Група Z |
| 7. | Продуктова група № 7 | 7,30% | Група С | |
| | Контрагент 1 | | | Група У |
| | Контрагент 2 | | | Група Х |
| | Контрагент 3 | | | Група Х |
| | Контрагент 4 | | | Група У |
| | Контрагент 5 | | | Група Z |
| | Контрагент 6 | | | Група Z |
| | Контрагент 7 | | | Група У |

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----|-----------------------------|----------------|---------|---------|
| 8. | Продуктова група № 8 | 2,60% | Група С | |
| | Контрагент 1 | | | Група Z |
| | Контрагент 2 | | | Група Z |
| | Контрагент 3 | | | Група Z |
| | Контрагент 4 | | | Група X |
| | Контрагент 5 | | | Група Z |
| | Контрагент 6 | | | Група Y |
| | Контрагент 7 | | | Група Y |
| | Всього: | 100,00% | | |

Шляхом суміщення результатів ABC-аналізу та XYZ-аналізу [6, с. 246] виникло 9 груп, які наведено у матриці (див. табл. 3.3), кожна з яких потребує розробки своєї технології управління, при чому кожна група має дві головні характеристики: обсяг дебіторської заборгованості та точність прогнозування її динаміки. Результатом сумісного проведення аналізу ABC и XYZ є визначення ключових, найбільш важливих ресурсів підприємства та встановлення на цій основі пріоритетів у структуризації бізнес-процесів.

Таблиця 3.3

Матриця об'єднання результатів ABC- і XYZ-аналізу

| Питома вага \ Ступінь важливості | Найвища | Помірна | Найменша |
|--|-----------|---------|----------|
| | Найбільша | AX | AY |
| Помірна | BX | BY | BZ |
| Найменша | CX | CY | CZ |

Групи **AX**, **AY** и **AZ** вимагають найбільшої уваги з боку керівництва підприємства, ретельного планування вимог, ретельний (щоденний) облік і контроль, постійний аналіз відхилень від запланованих показників. Причому для категорії AX необхідно розраховувати оптимальний розмір закупок. Для товарів групи AZ вважається доцільнішим використання системи постачання по запитам із обов'язковим розрахунком суми страхового запасу. Для ресурсів категорії CX, CY, CZ застосовуються узагальнені методи планування потреб [124].

Зазначимо, що ABC-аналіз та XYZ-аналіз можна застосувати також для пошуку резервів зниження собівартості за окремими центрами витрат, інвестиційних проектів чи видів продукції. Цей метод придатний і для оптимізації портфеля продукції, що її виробляє та реалізує підприємство, або, скажімо, для максимізації обсягів реалізації такої продукції. Це надасть можливість ефективного управління діяльністю підприємства шляхом прийняття раціональних управлінських рішень.

3.3. Факторинг та форфейтинг як альтернативні системи контролю в процесі реалізації продукції.

Управління дебіторською заборгованістю від реалізації продукції є одним з найважливіших елементів управлінської діяльності на підприємстві. Це, передусім, пов'язане із тим, що в умовах діяльності на висококонкурентних ринках такий важливий етап фінансово-господарської діяльності підприємства, як обіг коштів, не повинен залежати від дій або планів контрагентів.

Питання повернення грошових коштів від покупців в усі часи стояло гостро, але особливої актуальності набуло в 90-х роках минулого сторіччя під час гіперінфляції в Україні. Саме тоді вперше, після тривалого панування планової економіки, коли наперед було відомо коли платити, скільки і кому, керівники підприємств почали замислюватись над тим, що суми грошових коштів, які погашаються боржниками через певний час вже не мають тієї початкової цінності (вартості).

Основними задачами, які вирішуються за допомогою комерційної політики підприємства, є створення оптимальних умов роботи з покупцями і захоплення якомога більшої частки ринку. При цьому більша частина дебіторської заборгованості формується як борги покупців підприємству. На розмір дебіторської заборгованості впливають різні фактори, такі як ринкова кон'юнктура, існуюча система взаєморозрахунків із клієнтами, платіжна дисципліна клієнтів, якість і послідовність роботи з цією заборгованістю тощо,

які мають бути враховані при формуванні облікової та кредитної політики підприємства. Тільки правильно організована аналітична робота з дебіторською заборгованістю може допомогти систематизувати відносини з дебіторами.

Головною задачею управління дебіторської заборгованості є установа з покупцями таких договірних відносин, які забезпечують повне та своєчасне надходження коштів для здійснення платежів кредиторам. Крім того можна виділити цілу низку задач, а саме:

- обмеження допустимого рівня дебіторської заборгованості на підприємстві;
- вибір умов продажу, які забезпечуватимуть гарантоване надходження грошових коштів;
- визначення знижок або націнок для різних груп покупців з точки зору дотримання ними платіжної дисципліни;
- прискорення вимагання боргу;
- зменшення бюджетних боргів;
- оцінка майбутніх витрат, пов'язаних з дебіторською заборгованістю, тобто невикористаної користі від невикористання коштів, заморожених у дебіторській заборгованості [80, с. 14].

Дебіторська заборгованість підприємства являє собою один з елементів ліквідних активів, тобто вона достатньо легко перетворюється на готівкові кошти. Отже, цю заборгованість можна віднести до складу оборотного капіталу підприємства. Але на практиці перевести борг у грошові кошти не завжди можливо.

Оскільки превентивні заходи практично завжди діють більш ефективно і коштують значно дешевше, то необхідно цілеспрямовано управляти дебіторською заборгованістю, адже важливо не тільки у найкоротші терміни повернути кошти, але й не допустити подальшого збільшення дебіторської заборгованості. Тому чим менший розмір дебіторської заборгованості і чим швидше вона буде погашена, тим меншою буде потреба підприємства в оборотному капіталі і вищою буде рентабельність власного капіталу.

На практиці часто складається ситуація, коли клієнт хоче швидше одержати товар, а розрахуватися якомога пізніше. При аналізі (управлінні) дебіторської заборгованості, яка виникає внаслідок такої ситуації, основний акцент необхідно робити не на її ліквідації, а на гармонізації комерційних та фінансових інтересів підприємства. Іноді в процесі управління дебіторською заборгованістю необхідно поступатися короткостроковими економічними вигодами для досягнення довготермінових маркетингових цілей, передусім для збереження та розширення клієнтської бази, формування лояльних до підприємства та його торгових марок груп клієнтів, тощо.

Для ефективного управління дебіторською заборгованістю, підприємство має здійснити наступні заходи:

1. Здійснити попередню перевірку клієнтів щодо можливості своєчасного погашення ними заборгованості.

2. Сформувати рейтинг кредитоспроможності клієнтів і відмовитися від подальшого співробітництва з клієнтами, які мають низький кредитний рейтинг. При формуванні рейтингу необхідно врахувати такі фактори, що характеризують масштаб співробітництва у минулому, як загальний стаж співробітництва із клієнтом, середньомісячний обсяг продажів або вартість наданих послуг, швидкість обертання дебіторської заборгованості клієнта, суми і терміни простроченої дебіторської заборгованості, оцінку важливості клієнта для організації.

3. Визначити критерії надання кредиту, його граничний розмір, терміни відстрочки повернення боргу, розмір та порядок надання знижок, форму штрафних санкцій.

4. Класифікувати дебіторську заборгованість за різними ознаками (за боржниками, термінам, підставах виникнення дебіторської заборгованості) з метою визначення для підприємства групи VIP – клієнтів, які забезпечують підприємству найбільший прибуток і втрачати яких небажано; визначення групи неплатників, у яких необхідно вимагати термінового погашення боргу;

визначення видів продукції чи наданих послуг, за які найбільш можливо буде виникати заборгованість.

5. Розробити план заходів по роботі з кожним клієнтом з визначенням термінів, відповідальних, оцінки затрат, а також одержаного ефекту.

6. Організувати ведення реєстру дебіторської заборгованості та виокремити прострочену дебіторську заборгованість.

7. Провести реальну оцінку вартості і швидкості обороту дебіторської заборгованості.

8. Встановити зв'язок системи мотивації персоналу з розміром дебіторської заборгованості, а також розробити та затвердити положення про мотивацію по досягнутих результатах.

9. Внести інформацію щодо запланованих сум погашення дебіторської заборгованості до фінансового плану підприємства і здійснити контроль за виконанням.

10. За можливістю запроваджувати інші сучасні методи управління дебіторською заборгованістю, такі як факторинг, страхування фінансових ризиків, використання оплати векселями [109, с. 387].

Отже, головною задачею управління дебіторською заборгованістю є встановлення таких договірних відносин, які забезпечують повне і своєчасне надходження коштів, а застосування наведених методів має знижувати ступінь ризикованості неповернення коштів від боржників.

Крім основних існують альтернативні методи стягнення боргу, а саме стратегія взаємозаліку, стратегія продажу боргових зобов'язань, стратегія банкрутства боржника тощо. Нажаль у вітчизняній практиці, на відміну від міжнародної, ці методи управління дебіторською заборгованістю розповсюджені недостатньо.

Жорстка конкуренція на ринку часто вимагає встановлювати низькі ціни на товари та підтримання прибутків на мінімальному рівні. Така ситуація не дає можливості кредиторам у випадку виникнення заборгованості виплачувати банкам комісійну винагороду, і, відповідно, застосовувати при роботі із

дебіторами такі методи управління дебіторською заборгованістю, як факторинг або ж, наприклад, оформлення боргу векселем.

У діяльності підприємств постійне зростання дебіторської заборгованості, недисциплінованість покупців, які щораз затримують розрахунки, можуть перерости у серйозну проблему. Звісно, товарні кредити відволікають кошти з обігу та уповільнюють розвиток, проте партнери наполягають на можливості працювати з відстрочкою платежів, а втрачати налагоджені зв'язки не хотілося б. У такій ситуації зазвичай звертаються до банку за кредитом, проте сума навряд чи буде достатньою, адже основних засобів для застави обмаль і всі кошти вкладено в обігові активи. Саме для вирішення таких проблем і призначений факторинг – комплекс послуг для підприємств [113, с. 41], які реалізують продукцію з наданням відстрочки, послуг, яка допомагають підприємству знайти потрібне рішення з допомогою фінансування оборотними коштами під заборгованість дебітора. На даний час факторинг є одним з найбільш перспективних методів управління дебіторською заборгованістю.

На жаль українські підприємства на даний час нечасто використовують саме цей метод управління дебіторською заборгованістю, як частиною оборотних коштів підприємства. Факторинг являє собою найбільш оптимальне рішення для підприємств, які одночасно зі збільшенням обсягів реалізації швидко збільшується кількість дебіторів і витрат, пов'язаних з контролем над ними.

Питанням визначення сутності факторингу, його видам, перевагам та недолікам присвячено багато праць таких авторів як Т.Е. Беялов, Ю.С. Скакальський, Ю.М. Лисенко, В.В. Смачило та ін. Значний вклад у розвиток теорії та практики застосування факторингу внесли також такі сучасні економісти, як Л.Ю. Белоусов, Б.З. Гвоздев, Л.В. Руденко. У їх дослідженнях розкрито теоретичні та практичні аспекти управління дебіторською заборгованістю, розвитку факторингу в Україні. Крім того, факторинг в Україні регулюється розділом 73 Цивільного Кодексу України, який так і називається «Факторинг».

Згідно ст. 1077 Цивільного Кодексу за договором факторингу одна сторона (фактор) передає або зобов'язується передати грошові кошти і розпорядження іншої сторони (клієнта) за платню, а клієнт відступає або зобов'язується відступити факторові своє право грошової вимоги до третьої особи (боржника).

Крім того, частина 5 ст. 350 Господарського Кодексу України визначає порядок здійснення факторингових операцій і тлумачить факторингові послуги як придбання банком права вимоги у грошовій формі щодо поставки товарів або надання послуг з прийняттям ризику виконання такої вимоги і прийому платежів і є банківською операцією, яка проводиться на комісійних умовах і договірних засадах.

До того ж при здійсненні факторингових операцій необхідно керуватися Законом України «Про фінансові послуги і державне регулювання ринку фінансових послуг» та Законом України «Про банки і банківську діяльність в Україні».

Сьогодні в Україні попит на факторинг та відповідна пропозиція на ці послуги з боку фінансово-кредитних установ пропозиція ще не стали масштабними, хоча останнім часом поступово збільшуються. Так, за даними Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг, загальний обсяг послуг факторингу, наданий фінансовими компаніями, за підсумками 2018 року у порівнянні із 2017 роком виріс у 1,5 рази – до 654 млн. грн., а за факторинговими операціями в іноземній валюті – більше, ніж на 50%.

Факторинг (від англ. *factor* – агент, посередник) – це комплекс банківських послуг, що надаються компаніям, які здійснюють свої розрахунки з відстрочкою платежу, в обмін на уступку дебіторської заборгованості, яка включає фінансування поставок товарів, страхування кредитних ризиків, облік стану дебіторської заборгованості та регулярне надання відповідних звітів клієнтові, а також контроль своєчасності сплати і роботу з дебіторами [1, с. 40]. При прийнятті рішення підприємством про застосування такого методу управління дебіторською заборгованістю як факторинг, необхідно чітко

визначити відмінності факторингу від таких фінансових інструментів як кредит і овердрафт. Їх порівняння наведене у таблиці 3.4.

Факторинг можна класифікувати за різними ознаками. Так, наприклад, за географією діяльності факторинг поділяється на:

- внутрішній, якщо сторони за договором купівлі–продажу, а також факторингова компанія знаходяться у одній країні;
- зовнішній або міжнародний, якщо постачальник та його клієнт є резидентами різних країн.

Таблиця 3.4.

Порівняння факторингу з кредитуванням та овердрафтом [29]

| ФАКТОРИНГ | КРЕДИТ | ОВЕРДРАФТ |
|---|--|---|
| 1 | 2 | 3 |
| Фінансування погашається з грошових коштів, що надійшли від дебіторів | Кредит / овердрафт повертається банкові підприємством | |
| Фінансування продовжується безстроково | Одержання кредиту / овердрафту не гарантує одержання нового | |
| Фінансування виплачується при наданні договору поставки, накладної та повідомленні дебітора | Для одержання кредиту / овердрафту необхідно оформити велику кількість документів | |
| Плату за користування факторингом банк одержує наприкінці строку фінансування після одержання платежу від покупця | Відсотки за користування кредитом / овердрафтом необхідно сплачувати щомісячно в чітко оговорені строки не залежно від стану розрахунків з покупцями | |
| При факторингові перехід клієнта на розрахунково-касове обслуговування до банку, який надає факторинг, не вимагається | Кредит / овердрафт передбачає перехід клієнта на розрахунково - касове обслуговування до банку | |
| Фінансування виплачується на строк фактичної відстрочки платежу | Кредит видається на фіксований строк, зазвичай передбачає погашення траншами | Встановлюються жорсткі строки користування траншем, як правило, не більше 30 днів. |
| Фінансування виплачується в день поставки товару | Кредит виплачується в обумовлений кредитним договором день | Строк дії договору по овердрафту або кредитній лінії не перевищує 6-12 місяців |
| Для фінансування застава не вимагається | Кредит видається під заставу, а також вимагає підтримки певних оборотів по рахунку | Забезпечення у вигляді застави не вимагається. Але надання овердрафту передбачає підтримку обороту у певному відношенні до ліміту по овердрафту |

| 1 | 2 | 3 |
|--|--|---|
| При факторингові у клієнта ніяких додаткових комісійних витрат не виникає | Розгляд кредитного проекту, його супровід, видача траншей, як правило, передбачає додаткові комісії, які суттєво збільшують вартість фінансування | |
| Ніяких додаткових витрат, пов'язаних з забезпеченням, не виникає | Виникають додаткові витрати на оформлення застави (до 0,2% от його вартості), оцінку (від 300 грн. и вище), страховку (від 0,2% до 6,5% від вартості забезпечення) | Додаткових витрат, пов'язаних з забезпеченням, як правило, не виникає |
| Обсяг фінансування не обмежений та може збільшуватися пропорційно збільшенню обсягів продажів компанії | Кредит видається на заздалегідь визначену бізнес-планом або забезпеченням суму | Ліміт овердрафту встановлюється з розрахунку 10-30% від місячних кредитових надходжень на поточний рахунок підприємства |

За особливістю прийняття ризику факторинг поділяється на:

- факторинг з регресом, при якому факторингова компанія, не отримавши грошових коштів з покупців, має право через певний термін вимагати їх з постачальника. При цьому факторингова компанія бере на себе ліквідний ризик щодо несплати у визначені терміни, але кредитний ризик залишається на постачальникові. Грошові кошти, в даному випадку, виступають забезпеченням короткострокового фінансування;
- факторинг без регресу, при якому ризик несплати з боку дебіторів повністю переходить до факторингової компанії;
- факторинг з частковим регресом, який дає змогу розподілити ризики між фактором та клієнтом і, тим самим, зменшити вартість послуг.

За ступенем відкритості:

- факторинг відкритий, при якому покупець повідомлений, що в операції приймає участь фактор, і здійснює платежі на його рахунок, виконуючи свої зобов'язання за договором поставки;

– факторинг закритий, при якому покупець не знає про наявність договору факторингового обслуговування, та продовжує здійснювати платежі постачальникові, який, у свою чергу, направляє їх на користь фактора.

Зауважимо, що у світовій практиці факторинг без регресу зазвичай буває відкритим, а факторинг з регресом буває як відкритим, так і закритим. Крім того, виділяють реверсивний факторинг, який направлений на покупця продукції, що бажає отримати відстрочку при закупівлі товару (така операція оформлюється як факторинг без регресу з деякими відмінностями і дає можливість покупцю значно розширити свою діяльність і при цьому одержати фінансування до 30% від вартості договору) та факторинг для робіт та послуг, який дає можливість фінансувати не тільки відвантаження товарів, але також і послуги, пов'язані з відстрочкою платежу [28].

Етапи проведення факторингу залежать від специфіки проекту, особливості підприємства, а загальну схему етапів співробітництва при факторинговому проекті можна побачити на рис. 3.4.

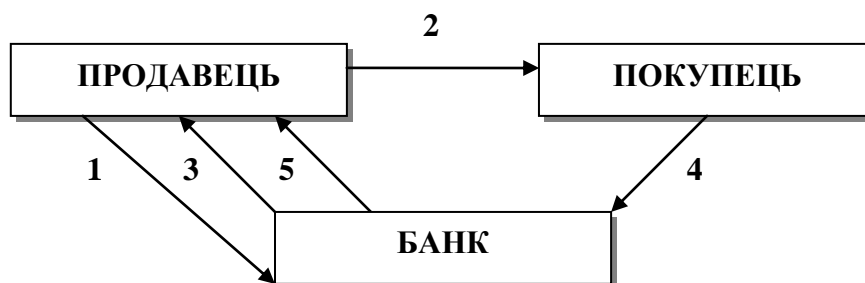


Рис. 3.4. Етапи співробітництва з фінансовою установою при факторинговому проекті [112, с. 241]

На рис. 3.4:

1. Підписання договору про факторингове співробітництво.
2. Поставка товарів, робіт, послуг з відстрочкою платежу.
3. Виплата фактором постачальникові фінансування за поставкою в день поступки.

4. Сплата покупцем фінансовій установі наданих товарів, робіт, послуг в обумовлені договором поставки строки.

5. Виплата фінансовою установою продавцеві залишку коштів крім комісії фактора [8, с. 58].

Факторинг є беззаставною формою фінансування. Забезпеченням повернення коштів банку в ідеалі є, власне, сама дебіторська заборгованість покупців. Проте реальна банківська практика передбачає масу винятків з цього правила. Так, наприклад, банки можуть вимагати додаткове забезпечення: якщо у банку є підстави вважати запропоновану клієнтом дебіторську заборгованість недостатньо якісною, якщо передбачена у договорі постачання відстрочка в оплаті за відвантажені товари перевищує певний термін, встановлений практикою банку, якщо розмір потрібного фінансування перевищує розрахунковий ліміт фінансування та в інших випадках – на розсуд банку.

Факторинг надає переваги як клієнтам банку (продавцям), так і покупцям продукції. **Продавцям він забезпечує:**

- збільшення обсягів продажу завдяки додатковій можливості надання відстрочки в оплаті товарів (застосування товарного кредиту);
- розширення клієнтської бази та встановлення стабільних відносин з покупцями, які матимуть постійну можливість закупати товар з відстрочкою оплати;
- планування фінансових потоків без урахування платіжної дисципліни покупців;
- можливість здійснювати оптові закупки за більш вигідними цінами та підтримувати розширений асортимент продукції;
- створення власного ділового іміджу завдяки можливості своєчасно розраховуватись по своїх зобов'язаннях;
- можливість збільшення обсягів поставок за рахунок збільшення кількості покупців;

- можливість трансформації дебіторської заборгованості у грошові кошти та досягнення, таким чином, балансу грошових потоків, збільшення за рахунок цього ліквідності та рентабельності поставок;
- можливість здійснення оптових закупівель значних партій товарів та, відповідно, підтримання розширеного асортименту, за рахунок наявності обігових коштів, для миттєвого задоволення вимог покупців;
- поліпшення ділового іміджу та платоспроможності через можливість проведення своєчасних розрахунків зі своїми кредиторами;
- зміцнення ринкової позиції;
- відсутність застави;
- гарантована відсутність іммобілізації оборотних коштів у дебіторську заборгованість.

З переваг, що отримує внаслідок використання факторингу клієнт банку, випливають і вигоди для його контрагентів (покупців) – вони дістають можливість співпрацювати з продавцем на умовах товарного кредиту, збільшуючи таким чином обсяги закупок без залучення додаткового капіталу [112, с. 242].

Основними перевагами факторингу для банку є:

- посилення ділових відносин із клієнтами через пропозицію додаткової конкурентоспроможної послуги;
- додаткова можливість збільшення клієнтської бази за допомогою залучення на обслуговування платоспроможних покупців (дебіторів)
 - постачальника;
 - збільшення ресурсної бази банку через збільшення у постачальників (клієнтів) обсягів грошових надходжень на поточні рахунки внаслідок збільшення обсягів їх поставок;
 - диверсифікація кредитного ризику між покупцями (дебіторами);
 - можливість для банку отримати додаткові джерела доходів;
 - зменшення обсягів резервування за факторингом порівняно з кредитними операціями [100, с.35].

Плануючи скористатися послугою факторингу, слід мати на увазі, що не будь-яку дебіторську заборгованість банки приймають на обслуговування. Як правило, не приймається:

- прострочена дебіторська заборгованість;
- заборгованість покупців, які є пов'язаними з продавцем особами;
- заборгованість по договорах, що передбачають бартерні розрахунки;
- заборгованість покупців з невідомою платіжною дисципліною.

Цей список може змінюватись і доповнюватись у кожному конкретному банку і випадку.

У своїй роботі банки зазвичай надають перевагу клієнтам, які реалізують ліквідну продукцію зі стійким ринковим попитом, мають стабільні обороти коштів по рахунках, стабільний фінансовий стан та диверсифіковану дебіторську заборгованість (передусім, з метою недопущення концентрації ризиків). Вони також намагаються мінімізувати частку дебіторської заборгованості покупців, з якими клієнт не мав попереднього досвіду співпраці (адже при цьому невідома їх платіжна дисципліна).

Недоліком факторингу є його вища (у деяких випадках) порівняно з кредитами, вартість. Формують її зазвичай дві складові. Перша – це безпосередня плата за фінансування. Її визначення близьке до відсоткової ставки по кредиту, а величина тісно пов'язана з терміном авансування, наданого банком. Друга – комісійні винагороди банку за додаткові послуги та прийняття ризиків.

Проте на нашу думку, використання факторингу не лише дає змогу підприємству уникнути кризових явищ, а й сприятиме подальшому розвитку підприємства, отриманню великих прибутків та збільшенню ринкової вартості підприємства.

Новою формою управління дебіторською заборгованістю для нашої країни є форфейтинг.

Форфейтинг (від франц. цілком, загальною сумою) – це купівля боргу, вираженого в оборотному документі у кредитора на безготівковій основі. Це

означає, що покупець боргу (форфейтер) бере на себе зобов'язання про відмову - форфейтинг – від звертання регресивної вимоги до кредитора за умов неможливості одержання задоволення в боржника. При цьому купівля оборотного зобов'язання здійснюється з певною знижкою [29].

Найбільшого розвитку форфейтинг набув з початку 60-х років ХХ ст. у зовнішній торгівлі під впливом посилення конкурентної боротьби поміж експортерами за ринки збуту продукції у країнах, де державне кредитування експорту є недостатньо розвинутим. Даний вид фінансової операції може бути використаний як для здійснення торговельних угод, так і для фінансування інвестицій.

На сьогодні одним з основних центрів здійснення форфейтингових угод є Лондон, оскільки експорт багатьох європейських країн вже давно фінансується лондонськими банками. Значна частина форфейтингового бізнесу сконцентрована також у Німеччині.

Механізм форфейтингу використовується у двох основних видах угод:

- у фінансових угодах – з метою швидкої реалізації довгострокових фінансових зобов'язань;
- в експортних угодах – для сприяння надходженню коштів експортеру, що надав кредит імпортеру [29].

У світовій практиці непоодинокі зустрічається досвід використання даного інструменту у якості різновиду способу хеджування відповідних торговельних угод. Останнє, зокрема, полягає у забезпеченні вищого ступеню захищеності від можливих коливань валютних курсів особливо за зовнішньоторговими угодами у період між її укладанням та здійсненням фактичних розрахунків між сторонами.

Основними документами, за допомогою яких оформлюються форфейтингові операції, що використовуються як форфейтингові інструменти, є різновиди векселів.

Суб'єктами форфейтингової операції є:

- експортер (продавець);

- імпортер (покупець);
- форфейтер (банк);
- гарант.

Метою форфейтингової угоди є:

- для покупця – придбання товару в кредит, крім ціни товару він сплачує відсотки за кредит;
- для продавця – одержання при врахуванні векселів суми, що дорівнює ціні товару;
- для банку – одержання доходу у виді дисконту при врахуванні партії векселів.

Терміни дії форфейтингової угоди коливаються від 180 днів до 5 років. Сьогодні форфетуються суми, розмір яких значно нижчий, ніж необхідний раніше розмір у 100 тис. євро. Угоди з форфейтингу здійснюються головним чином у євро, швейцарських франках або доларах США.

При цьому варто також зауважити, що у практиці діяльності вітчизняних підприємств форфейтинг ще не отримав достатнього розповсюдження внаслідок багатьох незгодженостей правового характеру, пов'язаних із застосуванням даного інструменту.

Форфейтингу притаманна велика кількість позитивних рис, що робить його привабливою формою середньострокового фінансування. Головною позитивною рисою є те, що форфейтер бере на себе усі ризики, пов'язані зі здійсненням даної господарської операції.

У зв'язку із інтеграцією України у світову економіку, ростом ВВП, збільшенням іноземних інвестицій в економіку країни, постійно збільшується потреба в адекватних заходах щодо забезпечення від фінансових ризиків у сфері бізнесу. Розвиток такого виду страхування фінансових ризиків стримується недосконалістю законодавчої бази. Але не зважаючи на це, у найближчому майбутньому експерти прогнозують різке збільшення страхування фінансових ризиків в Україні, що залучить на ринок великі

зарубіжні компанії. При цьому страхування фінансових ризиків має розвиватися за умови адаптації західних стандартів до українського ринку.

На відміну від факторингових операцій, вексельні схеми розрахунків більш поширені серед підприємств України.

Варто також окремо наголосити на тому, що остаточні аспекти роботи із підприємствами-дебіторами безпосередньо залежать від застосування окремих методів управління дебіторською заборгованістю на стратегічному рівні управління компанією. На практиці можливі такі три варіанти:

1. Порядність та пунктуальність. Боржник планує своєчасно погасити заборгованість, відверто попереджає про затримку платежу, у його наміри входить подальше співробітництво з кредитором.

2. Байдужість. Як правило така поведінка боржника характеризується апатією, байдужістю, порушенням термінів сплати, серйозними внутрішньо корпоративними проблемами.

3. Непорядність. Боржник не виконує свої зобов'язання, впевнений у безкарності своєї поведінки, явно не зацікавлений у подальшому партнерстві з кредитором, впевнений у відсутності майбутніх відносин із ним. [67, с. 23]

Традиційно процедури управління дебіторською заборгованістю базуються на використанні складної системи фінансово-економічних показників. При цьому, одержані результати порівнюються з аналогічними показниками за попередні періоди, а також, по можливості, з аналогічними показниками в інших установах чи організаціях.

Кожне підприємство має сформувати комплекс аналітичних показників, керуючись власними інформаційними потребами. Як правило, при аналізі дебіторської заборгованості аналітики українських підприємств розраховують наступні показники:

- загальний її об'єм;
- об'єм простроченої дебіторської заборгованості;
- своєчасність платежів;
- фактичну її оборотність (загальну та у розрізі кожного клієнта);

- динаміку її погашення;
- середній період відстрочки платежів;
- середній період погашення відстрочки;
- динаміку руху оборотних коштів тощо.

Розрахунок даних показників дає можливість контролювати рух оборотних коштів і підтримувати мінімально необхідний рівень наявних грошових коштів.

На практиці більшість підприємств постійно контролюють загальний обсяг дебіторської заборгованості. При цьому значно менше уваги приділяється термінам її погашення. Це, зокрема, пов'язано із відсутністю або недосконалістю системи управління дебіторською заборгованістю. Часто керівники підприємств не можуть одержати необхідну інформацію про терміни погашення дебіторської заборгованості, тому що наявні інформаційні системи не можуть забезпечити формування відповідного звіту.

Крім обсягів та термінів дебіторської заборгованості необхідно контролювати черговість платежів, надходження по кожній групі товарів і по кожному дебітору, виникнення критичного рівня заборгованості по кожному дебітору.

Виходячи з вищенаведеного, на нашу думку, доречно буде запропонувати наступні **заходи, щодо покращення управління дебіторською заборгованістю** на ТОВ «Еліт-Снеіл»:

1. Перегляд подальшого співробітництва з усіма клієнтами, у тому числі відмова від співробітництва з підприємствами, матимуть низький кредитний рейтинг.
2. Періодичний перегляд граничної суми кредиту і її можливе зменшення.
3. Розгляд і використання підприємством погашення дебіторської заборгованості векселями, продаж дебіторської заборгованості (факторинг), страхування фінансових ризиків.
4. Формування та затвердження в обліковій політиці підприємства системи штрафних санкцій за прострочення виконання зобов'язань контрагентами.

5. Розробка плану співпраці з кожним клієнтом з визначенням відповідальної особи за здійснення операції, внаслідок якої може виникати дебіторська заборгованість, визнанням термінів, оцінки затрат, одержаного ефекту.

6. Розробка фінансового плану організації з внесенням до нього інформації щодо запланованих сум погашення дебіторської заборгованості, здійснення контролю за його виконанням.

7. Створення, при необхідності, спеціальної групи для роботи із дебіторською заборгованістю, розробка та затвердження положення про мотивацію по результатах роботи групи [108, с. 612].

Усі перелічені вище способи оцінки та методи управління дебіторською заборгованістю сприятимуть зниженню ступеня ризикованості недержання грошових коштів від боржників, допоможуть налагодити ефективну кредитну політику на підприємстві, що спричинятиме одержання більшого прибутку.

Висновки до розділу 3

1. При впровадженні разом із програмним продуктом «1С: Бухгалтерія» CRM-системи, реалізованої на базі інформаційної системи оптимізації бізнес-процесів управління підприємством «BS Integrator» на підприємстві бухгалтер отримує зручний інструмент для накопичення і використання інформації про клієнтів та партнерів. Тут враховується вся інформація стосовно взаємодії «клієнт-підприємство». При цьому бухгалтер також може отримати будь-яку інформацію про клієнта, простежити історію його контактів з підприємством, уточнити, хто відповідає за роботу з конкретним клієнтом, проконтролювати терміни контактів та подання документів, з урахуванням специфіки даного підприємства.

2. Задля більш ефективного управління підприємством нами було запропоновано модель методики проведення аналізу процесу реалізації, що є комплексним підходом до об'єкту аналізу та надасть можливість одержати всеохоплюючі та достовірні результати, на основі яких у майбутньому буде

ґрунтуватися прийняття управлінських рішень. Крім традиційного аналізу розроблена методика проведення поглибленого стратегічного аналізу реалізації продукції, яка передбачає розробку своєї технології управління для кожної з елементів матриці поєднання ABC та XYZ – аналізу.

3. На основі проведеного аналізу розроблені рекомендації щодо покращання фінансового стану підприємства, а саме здійснення постійного контролю за співвідношенням дебіторської і кредиторської заборгованості, щоб зменшити необхідність залучення додаткових джерел фінансування; орієнтир на збільшення кількості замовників з метою зменшення масштабу ризику несплати; контроль за станом розрахунків за простроченими заборгованостями, оскільки в умовах інфляції будь-яка відстрочка платежу призводить до того, що підприємство реально одержує лише частину вартості виконаних робіт тощо.

4. Використання підприємствами таких альтернативних методів контролю за розрахунками з покупцями як факторингу та форфейтингу не лише надасть змогу підприємствам уникнути кризових явищ, а й сприятиме подальшому розвитку, отриманню великих прибутків та збільшенню ринкової вартості підприємства.

ВИСНОВКИ

У дипломній роботі зроблено теоретичне узагальнення щодо дослідження та вдосконалення теоретичних і практичних аспектів обліку, аналізу й контролю процесу реалізації на ТОВ «Еліт-Снеіл».

Проведене дослідження дає право на наступні висновки та пропозиції:

1. Встановлено, що основними суб'єктами процесу реалізації є підприємство та покупці і замовники. Однозначних та достатніх визначень понять «покупець» та «замовник» немає. Основна увага приділена визначенню сутності поняття «замовник», в той час поняття «покупець» або ототожнюється із поняттям «замовник», або деталізується залежно від розміру закупівлі (гуртова чи роздрібна). До сьогодні не визначено основної відмінності понять «покупець» і «замовник» в бухгалтерському обліку, як наслідок, поняття «покупець» і «замовник» ототожнюють. Реалізація продукції, робіт, послуг – господарська операція суб'єкта підприємницької діяльності, що передбачає передання права власності на окремі об'єкти іншому суб'єктові підприємницької діяльності в обмін на еквівалентну суму коштів або боргових зобов'язань. При цьому усі розрахункові операції, що виникають між продавцем та покупцем (замовником) незалежно від форм розрахунків із самого моменту їх виникнення, спричиняють утворення заборгованості, яку поділяють на дебіторську та кредиторську заборгованість. Основними об'єктами обліку процесу реалізації є облік розрахунків з покупцями, облік дебіторської заборгованості та облік фінансових результатів.

2. Дебіторська заборгованість – це сума боргів юридичних і фізичних осіб підприємству в готівковій та безготівковій формі, яка виникає внаслідок господарських операцій, що відбулися в результаті минулих подій та підлягають погашенню у майбутньому. Товарна дебіторська заборгованість, особливо довгострокова, за своєю сутністю представляє для покупців джерело одержання товарного безвідсоткового кредиту, що є дуже вигідним для покупців. Дана ситуація набуває особливої ваги в умовах постійного

інфляційного процесу. Ця обставина спричиняє не тільки перегляд традиційного розуміння самої сутності дебіторської заборгованості, але і спричиняє необхідність застосування ефективних управлінських дій щодо регулювання її розмірів.

3. Однією із загальновідомих проблем на сучасному етапі розбудови ринкових механізмів господарювання у вітчизняній економіці є недосконалість та нестабільність нормативної і законодавчої бази, яка регулює фінансово-господарську діяльність підприємств різних галузей економіки. Як наслідок, такі протиріччя та непорозуміння, що зустрічаються в нормативних актах, обумовлюють помилки і порушення в бухгалтерському обліку з приводу питань реалізації продукції.

4. Встановлено, що оскільки існування будь-якого підприємства не можливе без процесу реалізації продукції, то забезпечення цього процесу є стратегічно важливим завданням, серед якого ми пропонуємо комплекс задач з обліку, а саме: своєчасність документального оформлення операцій з реалізації; ведення синтетичного та аналітичного обліку розрахунків з покупцями з дотриманням принципів бухгалтерського обліку; своєчасне та достовірне відображення зазначених операцій з реалізації в податковому обліку; своєчасна взаємна звірка розрахунків з дебіторами; вжиття усіх можливих заходів щодо недопущення нереальної дебіторської заборгованості; своєчасне та якісне проведення інвентаризації розрахунків з покупцями; дотримання умов поставки, передбачених в договорі тощо.

5. Досліджено, що система організації бухгалтерського обліку процесу реалізації на ТОВ «Еліт-Снеіл» передбачає три етапи:

першим етапом облікового процесу реалізації виступає первинний облік розрахунків з покупцями, що передбачає вивчення складу та змісту облікових номенклатур первинного обліку (табл. 2.2.) та формування схеми та складу документообороту щодо основних первинних документів з обліку реалізації продукції покупцям та замовникам (табл. 2.3);

другий етап організації обліку – технічний, він передбачає вибір способу обробки облікових даних, розробка переліку і форм облікових реєстрів, вибір способів здійснення записів у бухгалтерських реєстрах (табл. 2.4.);

третій етап організації облікових робіт передбачає організацію роботи облікового апарату щодо упорядкування сукупності операцій з формування показників, що відображають результати виробничої та господарської діяльності підприємства за певний період.

6. Розглянуто методику фінансового обліку процесу реалізації на ТОВ «Еліт-Снеіл» із застосуванням рахунку 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками» (табл. 2.6.) та запропоновано шляхи його удосконалення (табл. 2.7.). Відображенні в обліку виникнення дебіторської заборгованості є некоректним одночасне збільшення доходів на всю суму дебіторської заборгованості, яка переноситься до бухгалтерських форм звітності з рахунку-фактури, виданого підприємством до сплати, оскільки сума до сплати, вказана у рахунку-фактурі, крім безпосередньої вартості самих товарів, включає ще й суму ПДВ, яку не можна класифікувати як дохід підприємства.

7. Вивчення методики податкового обліку показало, що облік реалізації продукції, насамперед, пов'язаний з обліком податку на додану вартість. Відображення операцій нарахування податкових зобов'язань з ПДВ у зв'язку з реалізацією товарів, робіт чи послуг на умовах 100% попередньої оплати з подальшим відвантаженням чи виконанням послуг у повному обсязі потребує використання субрахунків 643 «Податкові зобов'язання» і 641 «Розрахунки за податками». (табл. 2.8.) Зобов'язання з податку на прибуток пов'язане з отриманими доходами та витратами, які несе підприємство у процесі здійснення поточної господарської діяльності. При цьому об'єктом оподаткування є прибуток, який визначається відніманням від доходів витрат підприємства.

8. Встановлено, що у світовій практиці використовують, два методи визначення фінансових результатів: 1) метод порівняння доходів і витрат (або метод “витрати-випуск”) – визначення прибутку (збитку) як різниці між

доходами і витратами звітного періоду; 2) метод порівняння капіталу (або метод зміни чистих активів) – визначення приросту власного капіталу у звітному періоді як різниці між сумою власного капіталу на кінець і на початок звітного періоду. Традиційно фінансовий результат обчислюють за методом порівняння доходів і витрат. В фінансовому обліку прибуток (збиток) визначається як різниця між доходами (виручкою) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) і витратами. Маржинальний дохід (збиток) в управлінському обліку – різниця між доходами (виручкою) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) і змінними витратами.

9. Процеси управління на кожному підприємстві тісно пов'язані із різними функціональними сферами діяльності – виробництвом, постачанням, збутом, маркетингом. При цьому відбувається постійний взаємообмін інформацією, основна частка якої стосується контрагентів. Дослідження показали, що при впровадженні одночасно із спеціалізованими програмними продуктами, такими як «1С: Бухгалтерія», CRM-системи, реалізованої на базі інформаційної підсистеми оптимізації бізнес-процесів управління підприємством «BS Integrator» бухгалтер отримує вдосконалений інструмент для накопичення й використання інформації про клієнтів і партнерів.

10. З метою поліпшення планування економічної діяльності ТОВ «Еліт-Снейл» в умовах постійної нестабільності та невизначеності оточуючого бізнес-середовища розроблено модель методики проведення аналізу розрахунків з покупцями, використання якої забезпечить об'єктивну всебічну оцінку стану розрахунків з покупцями на підприємстві.

11. Для ефективного управління діяльністю підприємства недостатньо здійснювати тільки аналіз показників оцінки поточного стану підприємства. Для вирішення цього питання рекомендується застосовувати стратегічний аналіз, основне завдання якого полягає у виявленні видів продукції, за якими виникає найбільша дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги, визначенні найбільш важливих клієнтів підприємства, основних видів продукції, за якими найчастіше виникає дебіторська заборгованість. Для цього

запропоновано скористатися ABC- та XYZ-аналізом. З метою цього аналізу всю випущену продукцію поділяють на асортиментні групи товарів, за якими виникає дебіторська заборгованість. Кожен метод аналізу чи їх група (у тому числі кількісні та якісні) повинні розглядатися як взаємодоповнюючі, а не взаємовиключаючі. Саме завдяки цьому можливо отримати синергічний ефект від подолання обмеженості кожної із цих груп методів.

12. Використання підприємствами таких альтернативних методів контролю за розрахунками з покупцями як факторингу та форфейтингу не лише надасть змогу підприємствам уникнути кризових явищ, а й сприятиме подальшому розвитку, отриманню великих прибутків та збільшенню ринкової вартості підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Агеева Е. Дебиторская задолженность: правовые и налоговые аспекты, риски и рычаги влияния. Менеджмент сегодня. – 2005. – №1. – С. 37–41.
2. Базилевич В.Д., Попов В.М., Базилевич К.С., Гражевська Н.І. Економічна теорія : політекономія : підручник. – 8-ме вид., переробл. і доповн. – К : Знання, 2012. – 704 с.
3. Базилінська, О. Я. Фінансовий аналіз : теорія та практика : навч. посіб. – 2-ге вид. – К. : ЦУЛ, 2018. – 327 с.
4. Банківська енциклопедія / М.І. Савлук, А.М. Поддєрьогін, А.А. Пересада, Н.Д. Олексієнко; Під ред. А.М. Мороза. – К.: Ельтон, 1993. – 328 с.
5. Беднарчук Г. Заборгованість сумнівна і безнадійна. Дебет-Кредит. – 2008. – №26. – С. 24-30.
6. Березин И.С. Маркетинговый анализ. Рынок. Фирма. Товар. Продвижение. / И.С. Березин. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Вершина, 2008. – 480 с.
7. Бірюкова О. Сумнівна та безнадійна заборгованість: бухгалтерський та податковий облік. Бухгалтерія в сільському господарстві. – 2005. – №21 (150). – С. 8-13.
8. Богатко Н. Продаж дебіторської заборгованості: визначення, оцінка, облік. Бухгалтерія. – 2004. – №22 (593). – С. 57–62.
9. Болдирева А. С. Облік реалізації продукції: практичний аспект у країнах світу. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент. – 2016. – Вип. 17. – С. 62–64.
10. Бондар М.І. Визнання фінансових інструментів з метою їх бухгалтерського обліку. Вчені записки: Зб. наук. праць. – Вип. 9. – К.: КНЕУ, 2007. – С. 132-138.

11. Боровик О.А. Дебіторська та кредиторська заборгованість і прогнозування її структури за системним підходом. Формування ринкових відносин в Україні. – 2007. – №8 (75). – С. 3-8.
12. Брунгильд С. Управление дебиторской задолженностью. – М.: АСТ: Астрель, 2007. – 256 с.
13. Буленок В. Безнадежная задолженность. Кое-что о налоговом учете. Финансовый директор. – 2003. – №6. – С. 28-31.
14. Бурденюк Т. Г. Концептуальні засади стратегічного аналізу, як окремого напрямку аналітичних досліджень. Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету. Серія: «економіка і менеджмент». – Одеса. – №12. – 2015. – С.243-248.
15. Бурденюк Т. Г. Стратегічний аналіз критеріїв конкурентоспроможності підприємств. Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу: міжнар. зб. наук. пр. – Вип. 1. – Житомир : ЖДТУ, 2014. – С.39-50
16. Бутинець Ф.Ф. Бухгалтерський фінансовий облік: Підручник. / Ф.Ф. Бутинець. – Житомир: ПП «Рута», 2005. – 756 с.
17. Бутинець Ф.Ф., Горещька Л.Л. Бухгалтерський облік у зарубіжних країнах: Навч. посібник. / Ф.Ф. Бутинець, Л.Л. Горещька – Житомир: ПП «Рута», 2003. – 544 с.
18. Бутинець Ф.Ф., Малюга Н.М. Бухгалтерській облік. / Ф.Ф. Бутинець, Н.М. Малюга. – Житомир: ЖІТІ, 1997. – 816 с.
19. Бухгалтерський облік в Україні: Навч. посібник. / [Р.Л. Хом'як, Г.О. Партин, М.В. Корягін та ін.]; За ред. Р.Л. Хом'яка. – [2-ге вид., доп. і перероб]. – Львів: Національний університет «Львівська політехніка», «Інтелект-Захід», 2003. – 820 с.
20. Бухгалтерський облік для економістів та правознавців: Навч. посібник / За заг. ред. Ю.А. Кузьмінського – К: КНЕУ, 2007. – 648 с.
21. Васільєва Л. М. Теоретичні та облікові аспекти реалізації продукції. Молодий вчений. – 2016. – № 12.1. – С. 662–664.

22. Вишневецький М. Інвентаризація розрахунків. Податки та бухгалтерський облік. – 2005. – №88 (855). – С. 22-27.
23. Візіренко С. В. Організація обліку процесу реалізації готової продукції. Інвестиції: практика та досвід. – 2018. – № 24. – С. 36–42.
24. Волкова, І. А. Фінансовий облік - 2 : навч. посіб. – К. : ЦУЛ, 2016. – 223 с.
25. Габрук О. Відображення в податковому обліку кредиторської і дебіторської заборгованості зі строком позовної давності, що минув. Бухгалтерський облік і аудит. – 2002. – №6. – С. 47-55.
26. Гаджиев Н.Г. Дебиторская задолженность в бухгалтерской (финансовой) отчетности в условиях реформирования учета. Международный бухгалтерский учет. – 2006. – №12 (96). – С. 31-35.
27. Галузина С.М. Международный учет и аудит. – СПб.: Питер, 2006. – 272 с.
28. Германовский С. Виды факторинга [Электронный ресурс]: Веб-сайт Торгово-финансового банка «Контрактъ». – 2009. – URL: <http://www.factor-ontrakt.com/rus/about/types?PHPSESSID=e2725cf904d9a>
29. Германовский С. Сравнение факторинга с кредитованием и овердрафтом [Электронный ресурс]: Веб-сайт Торгово-финансового банка «Контрактъ». – 2009. – URL: <http://www.factor-kontrakt.com/rus/comparison>.
30. Гнатенко Є. П. Нормативно–правові засади обліково–аналітичного забезпечення розрахунків з покупцями та замовниками. Молодий вчений. – 2016. – № 10. – С. 351–354 .
31. Голов С.Ф. Бухгалтерський облік за міжнародними стандартами: приклади та коментарі. / С.Ф. Голов, В.М. Костюченко. – К.: Лібра, 2001. – 840 с.
32. Голов С.Ф. Управлінський облік: Підручник. / С.Ф. Голов. – К: Лібра, 2003. – 704 с.
33. Горлач М.І.,Соколов М.О.,Кримов М.І.,Лисенко С.Ф. Економічна теорія : підручник. – К. : ЦУЛ, 2017. – 531 с.

34. Городянська Л. Особливості організації обліку дебіторської заборгованості на підприємстві. Бухгалтерський облік і аудит. – 2007. – №6. – С. 9-16.
35. Господарський кодекс України від 16.01 2003р. за № 436-IV. Збірник систематизованого законодавства. – Вип. 4. – 2008. – С. 237-326.
36. Грачова Р. Дебіторська заборгованість та інші фінансові активи. Дебет-Кредит. – 2008. – №12. – С. 29-32, 49-52.
37. Грачова Р. Дебіторська заборгованість: знецінення та безнадійні борги. Дебет-Кредит. – 2008. – №16-17. – С. 35-46.
38. Грачова Р. Дисконтування грошових потоків. Дебет-Кредит. – 2008. – №14. – С. 39-42.
39. Гріднева Д. В. Проблеми теорії і практики обліку готової продукції та її реалізації. Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. Серія : Економіка і менеджмент. – 2018. – № 1. – С. 77–87.
40. Гура Н. Облік розрахунків з дебіторами і кредиторами на прикладі житлово-комунального господарства. Бухгалтерський облік і аудит. – 2005. – №4. – С. 29-35.
41. Дембинский Н.В. Вопросы теории экономического анализа. – М.: Финансы, 1973. – 120 с.
42. Єфіменко В.І. Облік у зарубіжних країнах: Навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. за ред. В.І. Єфіменка. – К: КНЕУ, 2005. – 211 с.
43. Жолнер, І. В. Фінансовий облік за міжнародними та національними стандартами : навч. посіб. – К. : ЦУЛ, 2016. – 365 с.
44. Завгородній В.П. Автоматизація бухгалтерського обліку, контролю, аналізу та аудиту.– К: А.С.К., 1998. – 768 с.
45. Загородна О.М., Панасюк В.М., Серединська В.М. Аналітичне забезпечення маркетингової програми фінансової установи. Інфраструктура ринку. Електронний науково – практичний журнал. № 30, 2019. – С.154-161. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/30-2019>

46. Задорожний, З. В. Облік в галузях економіки: навч. посіб. / З. В. Задорожний, Є. К. Ковальчук, В. М. Панасюк. - Тернопіль : Економічна думка ТНЕУ, 2010. - 245 с.

47. Заєць О.В. Інструментарії банківської справи: Навч. посібник. / О.В. Заєць, П.Є. Житній, В.З. Кудрянцев. – Луганськ: СНУ, 2000. – 352 с.

48. Закон України «Про оподаткування прибутку підприємств» [Електронний ресурс]: Веб-сайт системи «ЛІГА: ЗАКОН», 2009. – URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/alldocWWW/26B7F34E1AF89880422564B9003EA692!OpenDocument – Назва з екрану.

49. Іванова, Н. Ю. Економічна теорія управління фірмою: навч. посіб. – К. : ЦУЛ, 2016. – 264 с.

50. Інструкція «Про застосування плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій», затверджена наказом Міністерства фінансів України від 30.11.1999р. за № 291 // Все про бухгалтерський облік. – 2015. – № 27 (1060). – С. 6-28, 37-63.

51. Камышанов П.И. Современная бухгалтерия и аудит на предприятиях и в банках. / Камышанов П.И., Камышанов А.П., Камышанова Л.И. – М.: Элиста, АПП «Джангар», 2000. – 720 с.

52. Карпенко, О. В. Управлінський облік : навч. посіб. – К. : ЦУЛ, 2016. – 296 с.

53. Качка Т. Налоги с приставкой ЕВРО. ЛІГАПРО. – 2005. – №4-5 (04). – с. 18-23.

54. Кім Г. Бухгалтерський облік: первинні документи та порядок їх заповнення: Навчальний посібник. / Г. Кім, В.В. Сопко, С.Г. Кім. – К: Центр навчальної літератури, 2004. – 440 с.

55. Коблянська Г. Інвентаризація розрахунків у сфері зовнішньоекономічної діяльності. Бухгалтерський облік і аудит. – 2008. – №6. – С. 39-45.

56. Коблянська О.І. Фінансовий облік: Навчальний посібник. – К.: Знання, 2004 – 473 с.
57. Коваленко Г. Заборгованість в іноземній валюті: особливості обліку та списання. Бухгалтерія. – 2007. – №48 (775). – С. 52-55.
58. Ковальчук Є. К., Панасюк В. М. Реформування системи бухгалтерського обліку, як умова ефективного управління. Тенденції розвитку обліку і аналізу як складових інформаційної системи менеджменту підприємства : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. [м. Тернопіль, 29-30 листоп. 2012 р.] / редкол. : Я. Д. Крупка, З. В. Задорожний, З. В. Гуцайлюк [та ін.]. - Тернопіль : ТНЕУ, 2012. - С. 32-34.
59. Козюк, В. В. Економічна теорія : навч.-метод. посіб. – Тернопіль : ТНЕУ, 2015. – 135 с.
60. Компендіум / [Проект Тасіс «Навчання з бухгалтерського обліку в Україні»]. – К.: Делегація Європейської Комісії в Україні, Молдові та Білорусі, 2014. – 136 с.
61. Коршунов В.І. Організація бухгалтерського обліку в зарубіжних країнах: Монографія. / В.І. Коршунов. – Харків: Основа, 1999. – 226 с.
62. Косова Т.Д. Фінансовий аналіз : навч. посіб. – К. : ЦУЛ, 2013. – 439 с.
63. Крупельницька І. Г. Аналіз тенденцій виробництва та реалізації продукції. Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2017. – Вип. 1(2). – С. 86–93.
64. Крупка Я.Д., Задорожний З.В., Гудзь Н.В., Денчук П.Н., Починок Н.В., Микитюк Н.Я., Романів Р.В. Фінансовий облік : підручник. – 4-те вид., доповн. та переробл. – Тернопіль : ТНЕУ, 2017. – 451 с.
65. Ловінська Л.Г. Бухгалтерський облік: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. – К: КНЕУ, 2002. – 370 с.
66. Лучко, М. Р. Фінансовий аналіз : навч. посіб. – Тернопіль : ТНЕУ, 2016. – 302 с.
67. Малкин О. Управление задолженностью: стратеги взыскания долгов и защиты от кредиторов. – М: Вершина, 2007. – 208 с.

68. Маркова Т. Д. Аспекти обліку розрахунків з покупцями та замовниками за готову продукцію в сучасних умовах. Економіка харчової промисловості. – 2018. – Т. 10, Вип. 1. – С. 96–102.

69. Маркова Т. Д. Особливості обліку виробництва і реалізації готової продукції на підприємствах харчової промисловості. Економіка харчової промисловості. – 2014. – № 2. – С. 74–78

70. Маркус О. В. Особливості організації обліку процесу реалізації готової продукції за національними стандартами. Науковий вісник [Буковинського державного фінансово–економічного університету]. Економічні науки. – 2014. – Вип. 26. – С. 350–357.

71. Матицина Н. Дебіторська заборгованість: нові облікові підходи. Економіст. – 2005. – №11. – С. 50-52.

72. Меліхова Т. О. Удосконалення документування обліку розрахунків з покупцями та замовниками з метою зміцнення інформаційної безпеки підприємства. Інвестиції: практика та досвід. – 2018. – № 2. – С. 24–32.

73. Михайлов М. Г., Телегунь М. І., Кадацька А. М., Баранік О. О. Бухгалтерський фінансовий облік в сільськогосподарських підприємствах : навч. посіб. – К. : ЦУЛ, 2018. – 469 с.

74. Михальська, О. Л. Управлінський облік та аналіз виробничих витрат : монографія. – К. : Кондор, 2019. – 223 с.

75. Мних, Є. В. Фінансовий аналіз : навч. посіб. – К. : КНТЕУ, 2010. – 412 с.

76. Моисеенко Г.И. Теория бухгалтерского учета: Учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 1982. – 232 с.

77. Облік і звітність за міжнародними стандартами [Текст] : навч. посіб. / З. В. Задорожний, В. М. Панасюк, Є. К. Ковальчук, В. Ю. Бродовський. - 2-ге вид., переробл. і доповн. - Тернопіль : ТНЕУ, 2014. - 446 с.

78. Облік міжнародних операцій: Підручник. / [Кузьмінський Ю.А., Козак В.Г., Лук'яненко Л.І., Небильцова О.В.]; За заг. ред. д.е.н., проф. Ю.А. Кузьмінського. – К.: КНЕУ, 2006. – 336 с.

79. Орлова В.К., Орлів М.С., Хома С.В., Негрич І.М., Коцкулич Т.Я. Фінансовий облік : навч. посіб. – 2-ге вид., доповн. і переробл. – К. : ЦУЛ, 2018. – 509 с.

80. Панасюк В.М. Деякі аспекти обліку та управління дебіторською заборгованістю. Сучасні перспективи розвитку науки: матер. III міжнар. Наук. – практ. Конф., м. Київ, 10-11 вересня 2019 р. Київ, 2019. С.13-15.

81. Панасюк В.М. Рефінансування дебіторської заборгованості як засіб подолання проблеми неплатежів. II International Scientific Conference The Modern Economic Research: Theory, Methodology, Practice: Conference Proceedings, September 27th, 2019. Kielce, Poland: Baltija Publishing. 156 pages. P.117-120

82. Петришина Н. С. Проблеми обліку готової продукції та її реалізації. Наука й економіка. – 2014. – Вип. 1. – С. 49–52.

83. Пипко В.А. Настольная книга бухгалтера и аудитора. Под ред. Н.В. Бондаренко. – 2-е изд., доп. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 592 с.

84. Піхоцький, Ю. В. Державний аудит в Україні: монографія. – Львів : ЛРІДУ НАДУ, 2017. – 280 с.

85. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 08.10.1999р. за № 237. Все про бухгалтерський облік – 2015. – № 13 (1046). – С. 37-41.

86. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 29.11.1999р. за № 290. Все про бухгалтерський облік. – 2015. – № 13 (1046). – С. 57-58.

87. Посібник з бухгалтерського обліку / [Проект Тасіс Європейського Союзу «Навчальна програма з бухгалтерського обліку в Україні»]. – К.: Делегація Європейської Комісії в Україні, Молдові та Білорусі, 2004. – 554 с.

88. Потапова Н. О. Особливості управлінського аналізу випуску і реалізації готової продукції. Економіка. Фінанси. Право. – 2017. – № 10(1). – С. 43–45.

89. Потапова Н. О. Проблемні аспекти обліку розрахунків з покупцями та замовниками. Економіка. Фінанси. Право. – 2017. – № 10(1). – С. 46–47.
90. Применение МСФО: в 3ч.: Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – Ч. 2: Применение МСФО. – 563 с.
91. Пуцентейло, П. Р. Стратегічний аналіз в управлінні підприємством. Обліково-аналітичне і організаційно-правове забезпечення діяльності підприємств в умовах інституційних трансформацій: колект. монографія. – Тернопіль. – 2017. – С. 260-273.
92. Рибалко О. М. Удосконалення обліку готової продукції і її реалізації. Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки. – 2018. – № 2. – С. 71–77.
93. Свідерській Є.І. Бухгалтерський облік у галузях економіки: Навч. посібник. – К: КНЕУ, 2004. – 233 с.
94. Семанюк В. З. Внутрішній аудит діяльності підприємства. Аудит: навч. посіб. / за заг. ред. М. С. Пушкаря. – Тернопіль. – 2014. – С. 195-244.
95. Семенець А. О. Методичні аспекти управлінського аналізу реалізації продукції. Вісник Національного технічного університету "ХПІ". Сер. : Актуальні проблеми управління та фінансово–господарської діяльності підприємства. – 2013. – № 50. – С. 169–178.
96. Семеняка Т. В. Методика аналізу ритмічності реалізації готової продукції. Економічний форум. – 2014. – № 1. – С. 149–153.
97. Сидоренко О. О. Облік та оподаткування реалізації готової продукції за цінами нижче звичайних цін. Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка. – 2018. – Т. 23, Вип. 8. – С. 182–186.
98. Ситник В.Ф. Основи інформаційних систем: Навч. посібник. / В.Ф. Ситник, Т.А. Писаревська, Н.В. Єр'оміна та ін.- 2-е вид., переробл. та допов. – К: КНЕУ, 2001. – 420 с.
99. Сірко, А. В. Економічна теорія. Політекономія : навч. посіб. – К. : ЦУЛ, 2014. – 416 с.

100. Смачило В.В. Сутність факторингу та його використання при управлінні дебіторською заборгованістю в Україні. *Фінанси України*. – 2007. – №7. – С. 35–45.

101. Смирнов І. Коли позовна давність минула... Податковий облік дебіторської і кредиторської заборгованості. *Все про бухгалтерський облік*. – 2015. – №113 (1146). – С. 10-15.

102. Соболева–Терещенко О. А. Особливості бухгалтерського обліку розрахунків з покупцями в умовах застосування програм лояльності. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Економіка*. – 2017. – Вип. 2. – С. 325–332.

103. Сук, Л. К. *Фінансовий облік : навч. посіб.* – 3-тє, переробл. і доповн. – К. : Знання, 2016. – 664 с.

104. Терещенко Л.О. *Інформаційні системи та технології в обліку: Навч. посібник.* / Л.О. Терещенко, І.І. Матієнко-Зубенко. – К: КНЕУ, 2004. – 187 с.

105. Ткаченко, Н. М. *Бухгалтерський фінансовий облік, оподаткування і звітність : підручник*. – 5-те вид., доповн. і переробл. – К. : Алтера, 2011. – 976 с.

106. *Управленческая отчетность руководителя: Комплект управленческой отчетности для «1С: Бухгалтерия 8» [Электронный ресурс]: Веб-сайт компании «Аналитика. Проекты и решения», 2009. – URL: http://analitica.ru/rus/other_service/1c4accounting.html.*

107. Фатенок–Ткачук А. О. Особливості обліку розрахунків з іноземними покупцями та замовниками. *Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво*. – 2018. – № 6. – С. 12–18.

108. Федорченко О.Є. *Методи управління дебіторською заборгованістю на підприємстві. Економіка підприємства: теорія і практика: Матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. 13 – 14 березня 2008 р.* – К.: КНЕУ, 2008. – С. 386-387.

109. Федорченко О.Є. *Методи управління дебіторською заборгованістю на підприємстві. Формування ринкової економіки: Зб. наук. праць*. – Ч. II. – К.: КНЕУ, 2008. – С. 605-613.

110. Федорченко О.Є. Роль дисконтування грошових потоків у визначенні вартості довгострокової дебіторської заборгованості. Підприємницька діяльність в Україні: проблеми розвитку та регулювання: Матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. 15 – 16 травня 2008 р. – К.: МІБО КНЕУ, 2008. – С. 147-149.
111. Федорченко О.Є. Сутність дебіторської заборгованості та її значення в управлінні господарською діяльністю підприємства. Облік, контроль і аналіз в управлінні підприємницькою діяльністю: Матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф. 16 – 18 квітня 2008 р. – Черкаси: ЧДТУ, 2008. – С. 17-18.
112. Федорченко О.Є. Сутність факторингу та його роль в управлінні дебіторською заборгованістю на підприємстві. Економічний простір: Зб. наук. праць. – № 13. – Дніпропетровськ: ПДАБА, 2008. – С. 237-243.
113. Хромов М.Ю. Дебиторка. Возврат, управление, факторинг / М.Ю. Хромов. – СПб.: Питер, 2008. – 205 с.
114. Чепець О. Г. Особливості організації обліку процесу реалізації продукції. Ефективна економіка. – 2017. – № 1. – С. 255–257.
115. Шайкан А.В. Бухгалтерський облік у прийнятті управлінських стратегічних рішень: Монографія. / А.В. Шайкан – К.: КНЕУ, 2009. – 303 с.
116. Шара, Є. Ю. Фінансовий облік I : навч. посіб. – К. : ЦУЛ, 2016. – 335 с.
117. Швець В.Г. Теорія бухгалтерського обліку: Підручник. / В.Г. Швець. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Знання, 2006. – 525 с.
118. Школьник І.О. Фінансовий аналіз : навч. посіб. – К. : ЦУЛ, 2016. – 368 с.
119. Шубіна, С. В. Фінансовий аналіз. Практикум : навч. посіб. – К. : ЦУЛ, 2017. – 296 с.
120. Якобчук, В. П. Економічна теорія : навч. посіб. – К. : Ліра-К, 2015. – 408 с.
121. Якубів В. М. Аналіз ефективності різних каналів реалізації продукції сільськогосподарських підприємств / В. М. Якубів, Н. Д. Романюк // Проблеми економіки. – 2018. – № 1. – С. 237–242.

122. Янковий В. О. Економетричний аналіз реалізації продукції на основі виробничих функцій / В. О. Янковий // Причорноморські економічні студії. – 2016. – Вип. 11. – С. 251–255.

123. Яцишин С. Р., Джерелейко Т. В. Модернізація бухгалтерського обліку в державному секторі економіки за доходами і видатками та шляхи її реалізації. Облік, оподаткування і контроль : теорія та методологія : зб. матеріалів IV міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. [м. Тернопіль, 28 грудня 2018 р.] / редкол. : Bartosiewicz Sławomir, Henning Dräger, Korzeb Zbigniew [та ін.]. Тернопіль : THEУ, 2018. С. 65-68.

124. Brunner A. ABC/XYZ Analysis as a basis of differentiated scheduling [Electronic resource]. A. Brunner (<http://www.fir.rwth-aachen.de>), 2009. – URL: <http://victorwong.informe.com/forum/basf-f14/abc-xyz-analysis-t8.html>.

125. Drury C. Management & Cost Accounting: 5-th edition. Colin Drury. – London: Thomson Learning, 2000. – 1194 p.

126. The main advantages of the «1C:Manufacturing Enterprise Management 8.1» software // Rarus Company, 2009.

127. The Four Steps to ABC Implementation. ABCosting Company, 2009. – URL: <http://www.myabcm.com/ing/abcm.php>.