

ПРОБЛЕМИ НАРАХУВАННЯ ТОРГОВОЇ НАЦІНКИ В РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ

Для підприємств роздрібною торгівлі, товари яких обліковуються за продажними цінами, важливе значення має правильне відображення нарахованої та списаної в бухгалтерському обліку торгової націнки, оскільки це впливає на достовірність визначення фінансового результату і рівня рентабельності торгівлі.

У цілому торгова націнка – це прибуток, який підприємство планує отримати від реалізації товарів. Торгові націнки встановлюють, виходячи з планового рівня витрат обігу та очікуваного прибутку роздрібного підприємства. Розмір торгової націнки визначається підприємством самостійно, і, відповідно, продажну ціну товару формує керівництво підприємства в повній залежності від попиту населення і насичення ринку відповідним товаром, який відповідає всім параметрам діючих норм, по якості і естетичному оформленню упаковки, фасовці і терміну зберігання. Розмір націнки фіксується у Наказі про облікову політику.

Особливістю обліку торговельних підприємств є те, що облік товарів доцільно вести за цінами реалізації, розрахунок яких здійснюють з використанням певних методів. На практиці існує два методи встановлення реалізаційної ціни і визначення торгової націнки:

1. Метод прямого розрахунку, який застосовується тими торговельними підприємствами, які здійснюють придбання товарів за стабільними цінами та у постійних постачальників.

2. Метод зворотного розрахунку, який застосовується коли торговельні підприємства придбають товари за різними покупними цінами та у різних постачальників.

Сутність методу прямого розрахунку торгової націнки полягає в тому, що щомісяця, на підставі наказу керівника, встановлюється певний відсоток націнки. Такий відсоток може встановлюватися як до покупної вартості без ПДВ, так і до покупної вартості з ПДВ. З метою спрощення порядку формування роздрібною ціни, найчастіше підприємства встановлюють торгову націнку до покупної вартості з ПДВ.

При методі зворотного розрахунку на товари встановлюється фіксована ціна реалізації, а розмір торгової націнки кожного разу перераховується.

Одним із проблемних питань в обліку торгової націнки торговельних підприємств є те, що до її складу часто включають суму ПДВ, що стягуються з покупця, що є наслідком неправильного трактування законодавчих документів. Адже, ні Податковий кодекс України [1], ні П(С)БО 9 «Запаси» [2] не включають ПДВ, що стягується з покупців, до поняття ціни і вартості товарів.

При реалізації товарів у роздрібній торгівлі база оподаткування відповідно до Податкового кодексу України є їхні договірні (контрактні) ціни, але не нижчі за звичайні ціни з додатковим нарахуванням податку на додану вартість. Податок на додану вартість (як і інші непрямі податки) не може бути включений до вартості товару, поки не виникнуть податкові зобов'язання.

Визначення фінансових результатів від роздрібного продажу здійснюють шляхом співставлення доходів від реалізації товарів та їх собівартості. Згідно П(С)БО № 9 «Запаси» [2] оцінка товарів, при їх вибутті у роздрібній торгівлі здійснюється за методом середнього відсотка (ціни продажу). При цьому спочатку розраховується середній відсоток торгової націнки діленням суми залишку торгових націнок на початок місяця і торгових націнок у продажної вартості, одержаних у звітному місяці товарів, на суму продажної вартості залишку на кінець звітного місяця та продажної вартості одержаних у звітному місяці товарів. Наступним етапом є визначення суми торгової націнки, що припадає на реалізовані товари шляхом множення середнього відсотку торгової націнки на продажну вартість товарів, реалізованих за місяць. У свою чергу, собівартість реалізованих товарів визначається як різниця між продажною вартістю реалізованих товарів і сумою торгової націнки.

Планом рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій для обліку товарів передбачено використання рахунку 28 «Товари». Даний рахунок є активним, проте порядок записів на субрахунку 285 «Торгова націнка» є характерним для пасивних рахунків, оскільки нарахування торгової націнки здійснюється за кредитом, а списання – дебетом даного рахунку. У зв'язку з цим постає інше проблемне питання щодо нераціонального поєднання активних та контрактивних субрахунків в одному синтетичному рахунку. Крім того, якщо здійснювати підрахунок залишку за рахунком 28 «Товари» є очевидним, що визначається лише купівельна вартість товарів на кінець періоду і не відображається сума торгової націнки і продажної вартості товару.

Існує думка щодо необхідності введення окремого рахунку 29 «Торгова націнка» [3]. Такий підхід можна вважати раціональним, оскільки це сприятиме вирішенню проблеми відображення саме облікової вартості товарів на рахунку 28 «Товари», а не їх покупної вартості, як це фактично відбувається на сьогоднішній день.

Отже, облік торгової націнки торговельних підприємств доцільно вести на окремому синтетичному рахунку 29 «Торгова націнка», що дозволить достовірно відображати націнку на товари.

Список літератури:

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755- VI.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси»: наказ Міністерства фінансів України від 20.10.99 р. № 246.
3. Павлюк І. Проблеми бухгалтерського обліку торгової націнки і шляхи їх вирішення / І. Павлюк // Бухгалтерський облік і аудит. – 2008. – № 2. – С. 15-25.