

УДК 338.5:346.6:657

Помулева В.М.¹, Никоненко Т.А.²

¹ старш. викл. НУ «Запорізька політехніка»

² студ. гр. ФЕУ-610 НУ «Запорізька політехніка»

ТОРГОВА НАЦІНКА: ОСОБЛИВОСТІ РОЗРАХУНКУ І ОБЛІКУ

Торгова націнка є однією з найважливіших показників в комерційній діяльності підприємств. Правильність відображення та списання у бухгалтерському обліку торговельної націнки з метою визначення фінансового результату має для підприємств роздрібної торгівлі важливе значення.

Згідно зі ст. 1 Закону України «Про ціни і ціноутворення» [1] торговельна надбавка (націнка) – це сума витрат суб'єкта господарювання, що пов'язані з обігом товару та здійснюються у процесі його продажу (реалізації) у роздрібній торгівлі та прибутку. Тобто, витрати, пов'язані зі збутом, вимірюю-

ються торговою націнкою лише як різницею між ціною продажу кінцевому користувачеві і ціною, сплаченою виробникові першим покупцем.

Торгова націнка (далі – ТН) визначається як різниця між продажною вартістю товарів і первісною вартістю. Націнка на товар чи послугу повинна бути достатньою, щоб покрити всі операційні витрати та отримати прибуток, що є кінцевою метою будь-якого бізнесу. Отже, торгова націнка є сумою витрат, пов'язаних з обігом товару, яку продавець нараховує при його продажу (реалізації) в роздрібній торгівлі з метою отримання прибутку. Цей термін використовується тільки в роздрібній торгівлі, оскільки для оптової торгівлі передбачений інший термін - "постачальницько-збутова націнка".

За законом, в Україні бізнес може самостійно встановлювати ціни на свої товари та послуги (ст. 11 ЗУ «Про ціни та ціноутворення»). Винятком є деякі соціально значущі групи товарів, вартість яких може регулювати держава. Продавці самостійно встановлюють вільні ціни на товари в залежності від кон'юнктури ринку та інших факторів, за винятком тих, на які встановлено державні регульовані ціни.

Згідно з п. 22 НП(С)БО № 9, підприємства, що мають значну і змінну номенклатуру товарів з приблизно однаковим рівнем торгової націнки, можуть застосовувати метод обліку за цінами продажу [2]. При цьому на субрахунку 282 відображається продажна вартість товарів, що складається з первісної вартості товарів та суми торгової націнки.

При надходженні товарів підприємство відображає в обліку і суму ТН.

На практиці існує два підходи до формування торгової націнки:

1) прямий - наказом (розпорядженням) керівника встановлюється розмір торгової націнки на товари. Зазвичай, такий розмір устанавлюється у відсотках до первісної вартості товарів;

2) зворотній розрахунок - спочатку встановлюється продажна вартість товару, а потім зворотним рахунком визначається сума торгової націнки [3].

Однак, доцільність вибору конкретного способу визначення суми торгової націнки залежить від особливостей підприємства та його товарів.

Перший спосіб підходить для підприємств, у яких невелика кількість товарів зі стабільним рівнем торгової націнки. Зворотний розрахунок підходить для підприємств з великою кількістю товарів з різним рівнем торгової націнки.

Традиційно багато питань у бухгалтерів торгових підприємств викликає саме порядок розрахунку націнки. Для того, щоб покрити витрати, й отримати прибуток, фахівці пропонують різні методи визначення рівня ТН. Втім найпростішим є пасивний – орієнтуватися на ціни конкурентів.

На нашу думку, для визначення вигідної торгової націнки на товари підприємству необхідно вивчити внутрішнє та зовнішнє середовище його діяльності і розробити стратегічний план на основі цього дослідження. Одним із

головних етапів побудови стратегічного плану є планування торгової націнки. Рентабельність є показником, що характеризує і показує результат діяльності підприємства, а на основі її можна розрахувати приблизний плановий показник торгової націнки.

Наприклад, за даними звіту підприємства за поточний рік, воно реалізувало товарів на 2 500 000 грн. (без ПДВ), а собівартість реалізованих товарів становила 1 900 000 грн. Витрати на збут склали 150 000 грн., адміністративні витрати - 85 000 грн., інші витрати - 50 000 грн. Тоді прибуток підприємства складе: $2\,500\,000 - 1\,900\,000 - 150\,000 - 85\,000 - 50\,000 = 315\,000$ грн.

Рентабельність становитиме:

$$315\,000 / (1\,900\,000 + 150\,000 + 85\,000 + 50\,000) * 100\% = 14,42\%.$$

Для того, щоб рентабельність підприємства у наступному році становила хоча б 14,42%, підприємство повинно встановити торгову націнку не менше 31,6% ($((2\,500\,000 - 1\,900\,000) / 1\,900\,000 * 100\%)$).

Також на сьогоднішній день важливим є питання обліку торгової націнки, де існує багато недоліків та суперечностей. А від цього залежить забезпечення своєчасного й точного виявлення фактичної собівартості реалізованих товарів і їх залишку, а також визначення та відображення в бухгалтерському обліку фінансових результатів торговельної діяльності. Тому підприємствам роздрібно́ї торгівлі не слід поверхнево відноситися до процесу обліку торгових націнок.

Планом рахунків для відображення в обліку торгової націнки підприємства передбачено пасивний субрахунок 285 «Торгова націнка».

Порядок бухгалтерського обліку торгової націнки наведено у таблиці 1.

Таблиця 1 – Відображення в обліку торгової націнки

Зміст господарської операції	Дт	Кт
Одержано товар від постачальника	282	631
Відображено суму податкового кредиту з ПДВ	641	631
Нараховано торгову націнку на товар	282	285
Отримано в касу виручку від продажу товару	301	702
Відображено суму податкового зобов'язання з ПДВ у сумі доходу від реалізації	702	641
Списано торгову націнку реалізованого товару (методом червоного сторно)	282	285
Списано собівартість реалізованого товару	902	282

Основою оцінки вибуття товарів за цінами продажу є розрахунок середнього відсотка торгової націнки на реалізовані товари і зрештою собівартості реалізованих товарів [3].

Сума торгової націнки на реалізовані товари розраховується за такою формулою:

$$T_{\text{н.реал}} = T_{\text{реал}} \times V_{\text{тн}}, \quad (1)$$

де $T_{\text{н.реал}}$ — сума торгової націнки на реалізовані товари; $T_{\text{реал}}$ — продажна вартість реалізованих товарів; $V_{\text{тн}}$ — середній відсоток торгової націнки.

Згідно з пунктом 22 НП(С)БО 9 [2] середній відсоток торгової націнки визначається за формулою (2):

$$V_{\text{тн}} = ((\text{Сп } 285 + \text{Ок } 285) / (\text{Сп } 282 + \text{Од } 282)) \times 100\%, \quad (2)$$

де $V_{\text{тн}}$ — середній відсоток торгової націнки; Сп 285 — сума залишку торгових націнок на початок звітного місяця; Ок 285 — сума торгових націнок у продажній вартості товарів, отриманих у звітному місяці (обороті кредитові рах. 285); Сп 282 — сальдо за дебетом рахунка 282 (сума залишку товарів на початок періоду); Од 282 — обороти за дебетом рахунка 282 (вартість товарів, які надійшли протягом звітного періоду).

Згідно з п. 22 НП(С)БО 9 [2] різниця продажної вартості і суми торгової націнки на ці товари дорівнює собівартості реалізованих товарів.

На сьогодні в Україні, під час дії воєнного стану, діє державне регулювання цін на соціально значущі продукти харчування, бензин і дизель, а також основні лікарські засоби.

Основний закон, який стосується державного регулювання, — це закон "Про ціни та ціноутворення". Він передбачає регулювання на соціально значущі продукти та товари.

Якщо говорити про способи державного регулювання цін на соціально значущі продукти та товари, то серед них можна виокремити, по-перше, обмеження торговельної надбавки. Другий спосіб — це декларування цін.

Перелік соціально значущих продуктів харчування, ціни на які регулюють, визначений постановою КМУ від 22.04.2020 р. № 341, яка була видана ще на початку пандемії. Відповідно до цієї постанови, до категорії соціально значущих відносять сімнадцять товарів, з яких дванадцять — харчові продукти. На всі ці продукти ціни встановлюються шляхом їх декларування.

Відомості автоматично вносяться до Реєстру роздрібних цін на товари, який ведеться в електронному вигляді Держпродспоживслужбою.

Наразі, обов'язковому декларуванню підлягають зміни роздрібних цін у разі їх підвищення на 5 і більше % виключно на товари, що мають істотну соціальну значущість.

На частину з соціально значущих товарів встановлено граничний рівень торговельної надбавки (націнки) в розмірі не більш ніж 10% з урахуванням рекламних, маркетингових послуг, послуг з підготовки, обробки, пакування, інших послуг, пов'язаних з реалізацією відповідних товарів кінцевому споживачу.

Гранична торговельна надбавка (націнка) є її максимально допустимим рівнем, який повинен враховуватися суб'єктом господарювання під час реалізації товару в роздрібній торгівлі. Позаяк торговельна надбавка 10% є граничною, то СГ може встановлювати й меншу надбавку, ніж 10%.

Як бачимо з визначення торговельної надбавки, вона включає витрати на збут і має давати операційний прибуток, тобто покривати ще й адміністративні та інші операційні витрати суб'єкта господарювання. Торговельна надбавка не включає ПДВ.

В Україні регульованими є також тарифи на комунальні послуги.

На період воєнного стану, введеного Указом Президента України від 24 лютого 2022 р. № 64 “Про введення воєнного стану в Україні”, обласні військові адміністрації разом з Національною поліцією, Державною службою з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів, Державною службою з лікарських засобів та контролю за наркотиками забезпечують контроль за встановленням суб'єктами господарювання роздрібною торгівлі цін на товари відповідно до переліку, визначеного постановою КМУ від 6 березня 2022 р. № 223 «Про внесення зміни до постанови Кабінету Міністрів України від 25 грудня 1996 р. № 1548».

До того ж з 16 квітня такі повноваження надані і податковим органам. Податкові органи здійснюють контроль за дотриманням платниками податків вимог законодавства щодо встановлених державою фіксованих цін, граничних цін та граничних рівнів торговельної надбавки (націнки) шляхом проведення фактичних перевірок.

Чи продавати соціально значущі товари з націнкою до 10%, СГ має вирішити самостійно. Також можливим є рішення, коли збитки від продажу регульованої категорії товару покриваються за рахунок прибутку від продажу інших категорій цього самого товару або інших товарів.

Отже, встановлення оптимального, обґрунтованого рівня торгової націнки забезпечить підприємствам зростання обсягу товарообігу, оптимізації витрат обігу та збільшення чистого прибутку.

Для ефективного управління торговою націнкою необхідно проводити її аналіз та планування. Аналіз торгової націнки дозволяє визначити її рівень в порівнянні з конкурентами на ринку та зважити витрати. Планування торгової націнки передбачає визначення необхідного рівня прибутковості та врахування ризиків, пов'язаних з коливанням цін на закупівлю товарів та інші фактори.

Також підприємствам слід приділяти особливу увагу тим недолікам і суперечностям, які виникають в процесі обліку торгової націнки. Облік торгової націнки є важливою складовою бухгалтерського обліку для торгових підприємств. Підприємствам, що реалізують товари, на які державою встановлено граничний розмір торгової націнки, враховуючи вимоги законодавства стосовно контролю з боку держави за рівнем цін, слід відкривати аналітичні рахунки до субрахунків 282 і 285.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Про ціни та ціноутворення : Закон України від 21 червня 2012 року № 5007-VI URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5007-17>.
2. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» : Наказ Міністерства фінансів України від 20 жовтня 1999 року № 246 URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99/conv>.
3. Біляєва О. Облік товарів у роздробі / О. Біляєва // Бухгалтерський тиждень. 2017. № 19-20. URL: <https://i.factor.ua/ukr/journals/bn/2017/may/issue-19-20/article-27328.html>