

**Л.М. Котенко**, канд. екон. наук (ХДУХТ, Харків)  
**О.О. Нестеренко**, канд. екон. наук (ХДУХТ, Харків)

## **ЗНИЖКИ ТА ЇХ ОБЛІК У РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ**

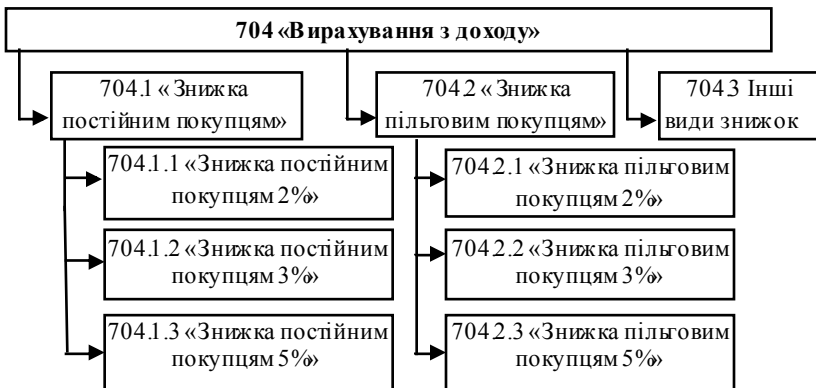
Найпоширенішим методом маніпулювання цін на українському ринку роздрібною торгівлю є дисконтнування, тобто надання різних видів знижок. За допомогою дисконтної політики підприємство може максимізувати прибуток від продажів, збільшити свою частку ринку, підвищити оборотність товарних запасів і поліпшити показники ліквідності. Знижки є однією з найпоширеніших форм залучення покупців. Разом з тим, недосконалість методики бухгалтерського обліку обмежує сферу їх застосування.

Дослідження підходів до відображення знижок в бухгалтерського обліку показало, що вчені пропонують виділяти лише одну ознаку – це час надання: тобто до дати продажу, в момент продажу чи після нього. Вищенаведена ознака не дає можливості відслідковувати вплив знижок на формування лояльності покупців, також не надає можливості виявити їх вплив на величину прибутку. Для підприємств роздрібною торгівлю характерними є знижки, які надаються в момент продажу. Більшість авторів пропонують їх відображати записом Дт 285 «Торгова націнка», Кт 282 «Товари в торгівлі», але в такому випадку сума знижки перекривається сумою торгової націнки та інформація про неї взагалі не утримується в системі бухгалтерського обліку.

Ряд вчених підтримують методику щодо відображення знижки наведену в Інструкції про застосування Плану рахунків, згідно якої передбачено відображати суму наданої знижки після дати реалізації на субрахунку 704 «Вирахування з доходу». Наведений в інструкції спосіб облікового відображення дозволяє виявити суму наданих знижок за певний період, яка акумулюється за дебетом субрахунку 704 «Вирахування з доходу» в кореспонденції з субрахунком 361 «Розрахунки з вітчизняними покупцями». Але таке відображення характерне для оптової торгівлі. В сфері роздрібною торгівлю знижки надаються під час продажу. Тому для акумуляції суми наданих знижок доцільно відображати їх записом: Дт 704 «Вирахування з доходу» Кт 702 «Дохід від реалізації товарів». Оскільки при застосуванні знижок дохід відображається в сумі фактично отриманої компенсації, то для практичної зручності при визначенні собівартості реалізованих товарів можна застосовувати не фактичну продажну вартість реалізованих товарів, бо визначення її суми з урахуванням знижок

може вимагати певного часу, а величину доходу за обліковими цінами продажу, тобто оборот за кредитом субрахунку 702 у сумі з наданими знижками.

Відсутність найбільш важливої для управління збутовою політикою інформації про розмір та вид наданих знижок є недоліком цього способу. Враховуючи вищенаведене, пропонуємо 704 субрахунок вести у розрізі видів знижок, які підприємство надає своїм покупцям (рис.).



**Рисунок – Методика обліку реалізації товарів зі знижками**

Запропонована методика обліку товарів за обліковими цінами продажу та обліку реалізації, диференційованого за типами та розміром знижок, дозволяє підвищити аналітичність облікового процесу та ввести на підприємстві гнучку систему ціноутворення, а також проаналізувати ефективність надання кожного виду знижок та сформувані в системі бухгалтерського обліку всю інформацію, потрібну для планування подальших заходів зі стимулювання збуту.

Запропонована методика обліку знижок була використана в системі автоматизації бухгалтерського обліку «Pasioli», яка дозволяє управляти процесом надання бонусів та дисконтів на касовому місці, правильно враховувати операції, пов'язані з лояльністю покупців в бухгалтерському та управлінському обліку, а також надає користувачу можливість спочатку спланувати, а потім оцінити ефективність програми лояльності.