

Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

Навчально – науковий інститут економіки
Фінансово-економічний факультет
Кафедра міжнародних відносин і аудиту

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
кваліфікаційної роботи ступеню **магістра**
(бакалавра, магістра)

студента Воронова Поліна Ігорівна
(ПІБ)

академічної групи 071М-23з-1
(шифр)

спеціальності 071 «Облік і оподаткування»
(код і назва спеціальності)

за освітньо-професійною програмою «Облік і аудит»
(офіційна назва)

на тему: «Організація та методика обліку і аудиту в оптовій торгівлі (на прикладі
ТОВ «Актіс Україна»)»

(назва за наказом ректора)

	Прізвище, ініціали	Оцінка	Підпис
Керівник роботи	Усатенко О.В.		
Рецензент			
Нормоконтроль	Усатенко О.В.		

Дніпро

2024

ЗАТВЕРДЖЕНО:

завідувач кафедри
міжнародних відносин
і аудиту

Пашкевич М.С.

_____ (підпис)

(прізвище, ініціали)

«__» _____ року

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу
ступеню роботи ступеню магістра
(бакалавра, магістра)

Студенту Воронова П.І. академічної групи 071М-23з-1
(прізвище та ініціали) (шифр)

спеціальності 071 «Облік і оподаткування»

(код і назва спеціальності)

за освітньо-професійною програмою «Облік і аудит»

(офіційна назва)

на тему:

«Організація та методика обліку і аудиту в оптовій торгівлі (на прикладі ТОВ «Актіс Україна»)»

затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» від _____

№ _____

Розділ	Зміст	Термін
1	ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА МЕТОДИКИ ОБЛІКУ І АУДИТУ В ОПТОВІЙ ТОРГІВЛІ	30.09.2024 р.
2	ОРГАНІЗАЦІЯ ТА МЕТОДИКА ОБЛІКУ В ОПТОВІЙ ТОРГІВЛІ	31.10.2024 р.
3	ОРГАНІЗАЦІЯ ТА МЕТОДИКА АУДИТУ В ОПТОВІЙ ТОРГІВЛІ	30.11.2024 р.

Завдання видано

_____ (підпис керівника)

Усатенко О.В.

(прізвище, ініціали)

Дата видачі 01.09.2024 р.

Дата подання до екзаменаційної комісії 02.12.2024 р.

Прийнято до виконання

_____ (підпис)

Воронова П.І.

(прізвище, ініціали)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка: 62 с., 13 рис., 16 табл., 1 додаток, 30 джерел.

АУДИТ ТОВАРІВ, СИСТЕМА ОБЛІКУ, ІНВЕНТАРИЗАЦІЯ, КОНТРОЛЬ РУХУ ТОВАРІВ, СЕРТИФІКАЦІЯ, ФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ, ВНУТРІШНІЙ КОНТРОЛЬ, ДОКУМЕНТАЛЬНИЙ ОБЛІК, НАДІЙНІСТЬ ОБЛІКУ, ФАЛЬСИФІКАЦІЯ ОПЕРАЦІЙ

Предмет дослідження - питання організації обліку і аудиту в оптовій торгівлі.

Об'єкт дослідження - система обліку і аудиту на підприємствах оптової торгівлі.

Мета роботи - обґрунтування теоретичних положень, а також розробка практичних рекомендацій щодо удосконалення організації та методики обліку і аудиту в оптовій торгівлі.

Розглянуто нормативні акти, стандарти та інструкції, які регулюють облік та аудит в оптовій торгівлі. Розглянуто бухгалтерський облік реалізації товарів, зокрема питання визначення собівартості та прибутку. Детально висвітлено методику обліку різних видів знижок, що надаються при оптових закупівлях. Запропоновано шляхи покращення поточних методик для підвищення ефективності обліку. Представлено послідовність та методи проведення аудиту, зокрема перевірка документів, оцінка ризиків, аналітичні процедури. Запропоновано покращення для аудиторських процедур, щоб зробити аудит більш ефективним та відповідним сучасним стандартам.

Результати та їх новизна – розроблено Положення про знижки, де прописано механізм надання знижок, обґрунтовано їх розмір, визначено строк дії.

Практичне значення результатів роботи полягає в тому, що їх використання дає можливість розробити рекомендації з удосконалення обліку та аудиту в оптовій торгівлі відповідно до сучасних умов господарювання. Отримані результати спрямовані на підвищення достовірності, оперативності та аналітичності обліку на торгівельних підприємствах.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА МЕТОДИКИ ОБЛІКУ І АУДИТУ В ОПТОВІЙ ТОРГІВЛІ	8
1.1. Характеристика та аналіз діяльності ТОВ «Актіс Україна»	8
1.2. Стратегія та SWOT-аналіз компанії «Актіс Груп»	12
1.3 Нормативне забезпечення організації та методики обліку і аудиту в оптовій торгівлі	17
Висновки до розділу 1	21
РОЗДІЛ 2 ОРГАНІЗАЦІЯ ТА МЕТОДИКА ОБЛІКУ В ОПТОВІЙ ТОРГІВЛІ	22
2.1. Документальне оформлення та облік надходження товарів	22
2.2. Бухгалтерський облік операцій з реалізації товарів в оптовій торгівлі	25
2.3. Облік торгівельних знижок	32
2.4 Удосконалення організації та методики обліку в оптовій торгівлі	35
Висновки до розділу 2	37
РОЗДІЛ 3 ОРГАНІЗАЦІЯ ТА МЕТОДИКА АУДИТУ В ОПТОВІЙ ТОРГІВЛІ	38
3.1. Визначення торгівлі як об'єкта для проведення аудиту	38
3.2 Методика проведення аудиту в оптовій торгівлі	39
3.3 Удосконалення організації та методики аудиту в оптовій торгівлі	49
Висновки до розділу 3	54
ВИСНОВКИ	56
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	59
ДОДАТКИ	63

ВСТУП

Актуальність теми. Оптова торгівля в Україні підпадає під динамічні зміни в податковому законодавстві та облікових стандартах, що потребує від підприємств постійного оновлення облікової політики і методик аудиту. Це особливо актуально для компаній, що працюють в сегменті B2B, такі, як ТОВ «Актіс Україна». З огляду на масштаб діяльності та складність логістичних процесів в оптовій торгівлі, ефективний облік і аудит дозволяє компаніям краще контролювати свої запаси, операційні витрати і фінансові потоки, що безпосередньо впливає на прибутковість і конкурентоздатність. В умовах сучасної економіки прозорість і достовірність фінансових даних є важливим фактором для інвесторів і партнерів. Чітко налагоджена система обліку та незалежний аудит зміцнюють довіру до компанії і допомагають їй залучати нових клієнтів і партнерів. Сучасні технології і спеціалізоване програмне забезпечення для автоматизації облікових операцій активно впроваджуються в оптовій торгівлі, що значно змінює процеси обліку і контролю. Вивчення впливу цих інновацій на практиці підприємства, як ТОВ «Актіс Україна», є важливим кроком для вдосконалення облікової системи. Таким чином, дослідження організації і методики обліку та аудиту для підприємств оптової торгівлі є дуже важливим.

Дослідженням питань організації та методики обліку і аудиту в оптовій торгівлі займалися багато вітчизняних вчених: Скрипник М. Є. та Шум'як, Г. В. встановлювали особливості обліку в оптовій торгівлі. [1], Тарасова, Т. О. с авторським колективом у монографії досліджували первинний облік товарних операцій підприємств роздрібною торгівлі [2], Шаровськ Т.С., та Кубік В.Д. досліджували питання організації обліку товарів на підприємствах оптової торгівлі [3], Малишкін О. І. розглядали документування як елемент методу бухгалтерського обліку в умовах діджиталізації. [4], Лобунець А.Р. досліджувала облік і оподаткування підприємств електронної торгівлі [5].

Мета і завдання дослідження. Метою роботи є обґрунтування теоретичних положень, а також розробка практичних рекомендацій щодо удосконалення організації та методики обліку і аудиту в оптовій торгівлі.

Для досягнення визначеної мети дипломного дослідження передбачається вирішення наступних завдань:

- Розглянути нормативні акти, стандарти та інструкції, які регулюють облік та аудит в оптовій торгівлі;
- Описати процес оформлення первинних документів та ведення обліку надходжень товарів;
- Розглянути бухгалтерський облік реалізації товарів, зокрема питання визначення собівартості та прибутку;
- Висвітлити методику обліку різних видів знижок, що надаються при оптових закупівлях;
- Запропонувати шляхи покращення поточних методик для підвищення ефективності обліку;
- Представити послідовність та методи проведення аудиту, зокрема перевірка документів, оцінка ризиків, аналітичні процедури;
- Запропонувати покращення для аудиторських процедур, щоб зробити аудит більш ефективним та відповідним сучасним стандартам.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є система обліку і аудиту на підприємствах оптової торгівлі.

Предметом дослідження є питання організації обліку і аудиту в оптовій торгівлі.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети, вирішення завдань використано методи:

синтез - який дозволяє об'єднати отримані знання в єдине ціле, формуючи загальне уявлення про процеси, принципи та методи обліку й аудиту в оптовій торгівлі;

порівняння – для оцінки різних методик обліку і аудиту, які використовуються в оптовій торгівлі, порівнюючи їх між собою;

системний підхід - дозволяє у розглядати облік і аудит як єдину систему, де всі елементи (методика обліку, документообіг, аудит тощо) взаємопов'язані. Це допомагає дослідити зв'язки між елементами та побудувати цілісну модель облікової і контрольної системи підприємства;

економіко-статистичний аналіз - для аналізу статистичних даних для виявлення тенденцій та закономірностей в облікових і контрольних операціях;

дедукція - для нових гіпотез щодо методів обліку і аудиту, спираючись на загальні принципи та стандарти.

Наукова новизна одержаних результатів визначається тим, що за характером та змістом розглянутих проблем, а також об'єктом і предметом дослідження магістерська робота є комплексним дослідженням методології організації обліку і аудиту в оптовій торгівлі:

удосконалено:

- Положення про знижки, де прописано механізм надання знижок, обґрунтовано їх розмір, визначено строк дії.

Практичне значення результатів роботи полягає в тому, що їх використання дає можливість розробити рекомендації з удосконалення обліку та аудиту в оптовій торгівлі відповідно до сучасних умов господарювання. Отримані результати спрямовані на підвищення достовірності, оперативності та аналітичності обліку в торгівельних компаніях.

Апробація результатів магістерської роботи. Результати дослідження доповідалися та обговорювалися на VII Всеукраїнської науково-практичної конференції «Бухгалтерський облік, контроль та аналіз в умовах інституційних змін», 31 жовтня 2024 р. на базі кафедри обліку і оподаткування Полтавського державного аграрного університету.

Публікації. За результатами досліджень опубліковано одна наукова праця – тези доповіді у збірниках матеріалів науково-практичної конференції.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА МЕТОДИКИ ОБЛІКУ І АУДИТУ В ОПТОВІЙ ТОРГІВЛІ

1.1 Характеристика та аналіз діяльності ТОВ «Актіс Україна»

Компанія «Актіс Груп» - постачальник найкращого дробильно-сортувального та збагачувального обладнання від провідних європейських та американських брендів таких, як Astec, CDE, Keestrack, Epiroc, а також запасних частин до ДСО та лідер ринку підрядних послуг з виробництва щебню в Україні. За 14 років досвіду роботи на українському ринку компанія має сотні успішних реалізованих проектів.

У 2008 році на установчих зборах рішенням ради директорів засновано компанію «Актіс Груп», реєстраційні документи отримано 22 січня. В цьому ж році укладено договір про офіційне представництво в Україні бренду Extec (через два роки даний бренд придбала компанія Sandvik) та реалізовано 7 перших одиниць дробильно-сортувального обладнання.

За 2009 -2010 роки відкрито новий напрямок діяльності компанії з виробництва щебню – виконання підрядних робіт із сортування та дроблення гірничої маси мобільними дробильно-сортувальними комплексами, закуплено перші одиниці власного парку дробильно-сортувальної техніки: щокова дробарка і грохот Extec, а також отримано перше замовлення на виконання підрядних робіт з виготовлення каменю для металургії продуктивністю 200-250 тонн на годину від Білогірського кар'єроуправління (Україна, АР Крим).

У 2011-2012 роки укладено договір про офіційне представництво в Україні провідного європейського виробника збагачувального обладнання CDE Global та встановлено три промислових заводи, які переробляють відсів у дроблений пісок і мілкий щебінь, запущено завод з виробництва кубовидного щебню з лещадністю менше 4% (Україна, Донецька обл., Волноваський район) (Рис.1.1):



Рис. 1.1. Завод з виробництва кубовидного щебню з лещадністю менше 4% (Україна, Донецька обл., Волноваський район)

В 2013 році запущено один з найбільших і найсучасніших у Східній Європі промивних заводів CDE Global на Малинському каменедробильному заводі (МКДЗ, група компаній Юнігран) та продано першу дизель-електричну конусну дробарку та грохот Jonsson & Söner на Рибальський гранітний кар'єр (м. Дніпро), запущено в роботу перший мобільний дизель-електричний конвеєр Telestack TC 421.

У 2014 рік компанія стала офіційним дилером провідного європейського виробника Isenmann і почала постачати поліуретанові, гумові і металеві сита. Співпраця з Isenmann дала нам змогу вирішувати технологічні потреби підприємств у покращенні якості щебню.

За 2015-2017 роки значно розширено географію виконання підрядних робіт з виробництва щебню: працювали одночасно на 4 вапнякових та 2 гранітних кар'єрах (виконували розкривні роботи, розділення негабариту та перевезення, забезпечуючи весь цикл виробництва). У 2018-2019 роки зосереджено сили на виконанні послуг з виробництва щебню: розширено кількість об'єктів до 10, парк власної техніки збільшено до 35 одиниць (мобільні щоківі та конусні дробарки, грохоти, екскаватори, навантажувачі, самоскиди).

На сьогодні компанія «Актіс Груп» працює за 3-ма основними напрямками

(Рис.1.2):

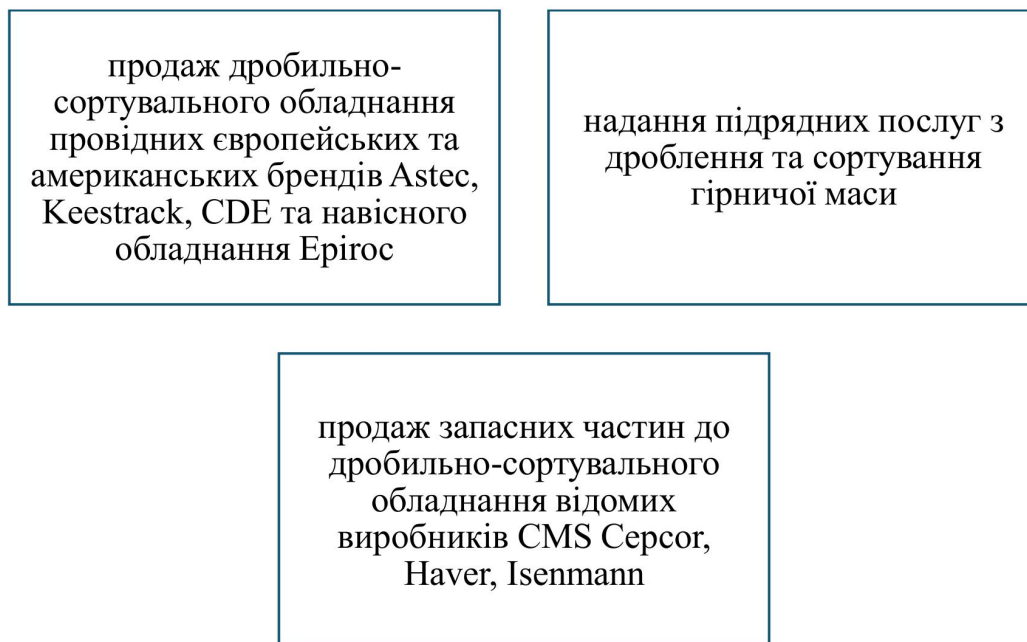


Рис. 1.2. Напрями роботи компанії «Актіс Груп» [6]

Компанія «Актіс Груп» - це носій інноваційних технологій, знань та експертизи у гірничодобувній галузі. Мета та місія роботи компанії наведено на

Рис.1.3:

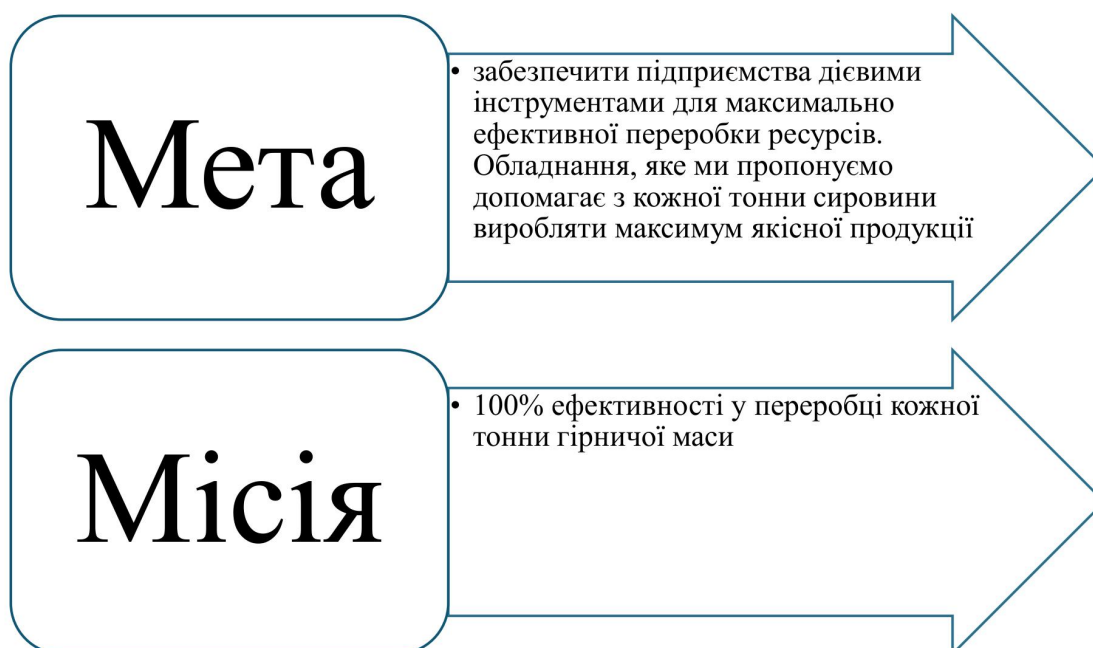


Рис. 1.3. Мета та місія роботи компанії «Актіс Груп»

Проаналізуємо показники фінансової звітності компанії за 2020 – 2023 рік, які наведені на Рис. 1.4:

	2023	2022	2021	2020
Дохід	43 108 800 ₴	47 545 500 ₴	87 915 700 ₴	46 400 700 ₴
Чистий прибуток	2 627 700 ₴	668 700 ₴	2 083 100 ₴	1 564 000 ₴
Активи	30 190 800 ₴	23 651 600 ₴	45 958 800 ₴	26 715 100 ₴
Зобов'язання	18 140 200 ₴	16 498 400 ₴	34 340 500 ₴	—
Кількість працівників	14	18	23	—

Рис. 1.4. Показники фінансової звітності компанії «Актіс Груп» [7]

З 2020 по 2023 рік доходи компанії мали нестабільний характер. В 2021 році дохід значно зріс до 87 915 700 ₴, але в наступні роки (2022 і 2023) суттєво знизився – до 47 545 500 ₴ та 43 108 800 ₴ відповідно. Це свідчить про коливання у продажах та вплив зовнішніх факторів, які вплинули на дохідну частину. Компанія мала стабільно позитивний чистий прибуток упродовж усіх років, але він змінювався щороку. Найбільший прибуток був у 2023 році – 2 627 700 ₴, що є позитивним сигналом, оскільки компанія показала покращення прибутковості, незважаючи на спад доходів. Це свідчить про ефективніше управління витратами та оптимізацію бізнес-процесів. Загальний обсяг активів компанії за період також коливався. Найбільша сума активів була у 2021 році (45 958 800 ₴), але потім вона знизилася і в 2023 році становила 30 190 800 ₴. Це свідчить про скорочення інвестицій, а також продаж частини активів для забезпечення ліквідності. Компанія поступово зменшувала свої зобов'язання після 2021 року (34 340 500 ₴) до 18 140 200 ₴ в 2023 році. Це позитивний тренд, оскільки зменшення зобов'язань свідчить про поліпшення платоспроможності та стабілізацію фінансового стану. Спостерігається зменшення кількості працівників: з 23 у 2021 році до 14 у 2023 році. Це може пов'язано з оптимізацією витрат та автоматизацією процесів. Зменшення персоналу може позитивно впливати на рентабельність, але варто враховувати можливий вплив на якість обслуговування або виробництва.

Отже, компанія демонструє прагнення до зниження зобов'язань і зменшення витрат, що дозволило збільшити чистий прибуток у 2023 році навіть за умов зниження доходів. Проте суттєве скорочення доходів після 2021 року є сигналом до аналізу конкурентного середовища, попиту та перегляду стратегії продажів. Зменшення активів і скорочення персоналу свідчать про консервативний підхід у веденні бізнесу, спрямований на підвищення ефективності та рентабельності.

1.2 Стратегія та SWOT-аналіз компанії «Актіс Груп»

Для компанії «Актіс Груп» доцільно обрати стратегію, що враховує її позицію на ринку, спеціалізацію, а також фінансові показники і тенденції. В Таблиці 1.1 пропонуються основні елементи стратегії діяльності компанії:

Таблиця 1.1

Стратегія компанії «Актіс Груп»

Елементи стратегії	Характеристика	Примітки
Консолідація позицій на ринку	Розвиток партнерських відносин із міжнародними брендами.	Продовжувати співпрацю з провідними виробниками обладнання (такими як Astec, CDE, Keestrack, Epiroc) і розширювати список партнерів, щоб залишатися лідером у поставках обладнання.
	Розширення асортименту послуг	Компанія вже є лідером у підрядних послугах з виробництва щебеню, що варто розвивати, зокрема шляхом додаткових послуг з обслуговування обладнання та навчання персоналу клієнтів для підвищення ефективності обладнання.

Оптимізація витрат і підвищення ефективності	Автоматизація процесів	Скорочення кількості працівників свідчить про зосередженість на оптимізації витрат, тому слід розглянути можливість подальшої автоматизації та модернізації процесів у виробництві щебеню та надання підрядних послуг.
	Управління ресурсами	Акцент на зменшенні зобов'язань і оптимізації активів має тривати, оскільки це сприяє підвищенню платоспроможності й збереженню ліквідності
Диверсифікація доходів та адаптація до коливань ринку	Розширення географії роботи	З огляду на стабільний попит на щебінь та будівельні матеріали, варто розглянути розширення присутності компанії в інших регіонах України та сусідніх країнах, особливо в тих, де активно розвивається інфраструктура.
	Запровадження додаткових продуктів та послуг	Крім поставок обладнання та підрядних робіт, доцільно додати послуги з ремонту та модернізації обладнання, оскільки це може забезпечити додатковий дохід навіть за умов спаду попиту на основні продукти.
Акцент на інновації та екологічність	Інноваційні рішення в технологіях переробки матеріалів	Продовження інвестування у технології, що забезпечують високу якість продукції

		(наприклад, виробництво кубовидного щебеню), забезпечить конкурентну перевагу.
	Екологічні ініціативи	Розробка методів зменшення впливу виробництва щебеню на довкілля може залучити нових клієнтів, для яких екологічність є важливою.
Активний маркетинг та ребрендинг	Ребрендинг	Зміна візуального образу та зміцнення позиціонування компанії як лідера у впровадженні інноваційних рішень у гірничодобувній галузі.
	Залучення клієнтів через цифровий маркетинг	Створення активної онлайн-присутності для залучення нових клієнтів та інформування про інноваційні рішення і партнерські проекти.

Таким чином, запропонована в Таблиці 1.1 стратегія консолідації ринкових позицій, оптимізації витрат та диверсифікації доходів допоможе компанії подолати коливання в доходах і підтримувати конкурентоспроможність на ринку.

Для проведення SWOT-аналізу компанії «Актіс Груп» зазначимо на Рис.1.5 сильні сторони діяльності компанії:

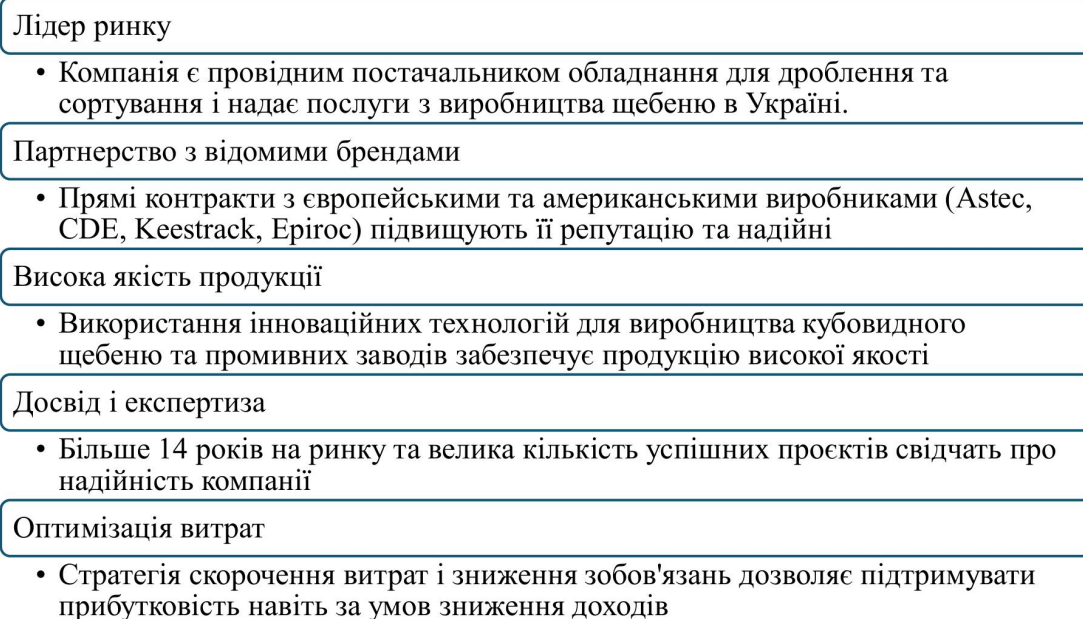


Рис. 1.5. Сильні сторони діяльності компанії «Актіс Груп»

Сильні сторони компанії «Актіс Груп» включають її лідерську позицію на ринку, співпрацю з провідними міжнародними брендами, високу якість продукції завдяки використанню інноваційних технологій, а також значний досвід і надійність, підтвержені успішними проектами. Компанія також успішно оптимізує витрати, що допомагає підтримувати прибутковість навіть за умов коливань доходів. Слабкі сторони показані на Рис.1.6:

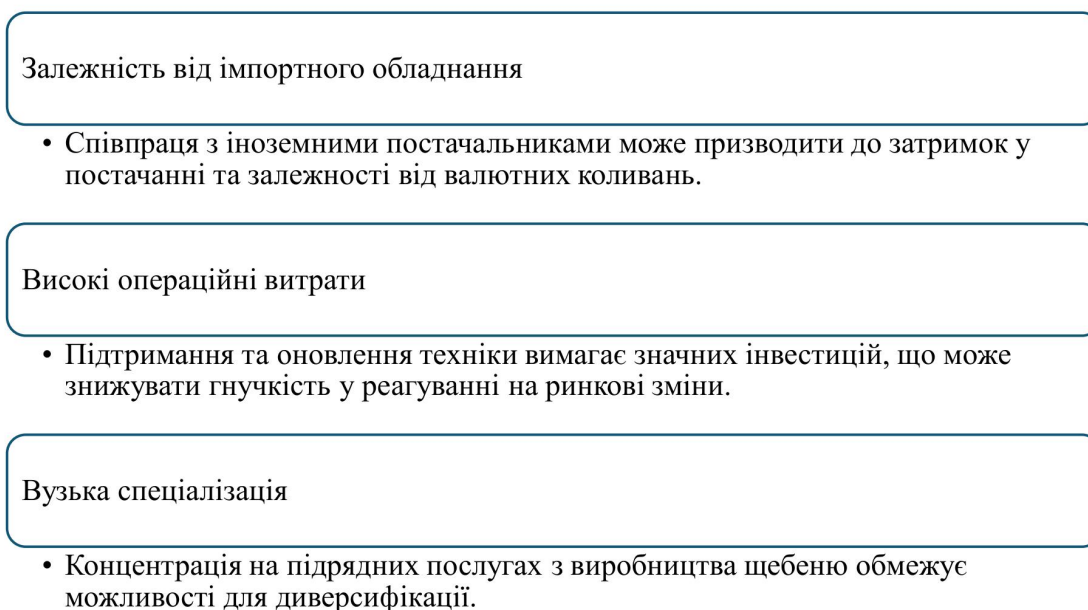


Рис. 1.6. Слабкі сторони діяльності компанії «Актіс Груп»

Слабкі сторони компанії «Актіс Груп» включають залежність від імпортного обладнання, що створює ризик через валютні коливання, високі операційні витрати, а також зниження доходів останніми роками. Скорочення кількості персоналу та вузька спеціалізація можуть обмежувати гнучкість і можливості для диверсифікації.

Загрози та можливості показані у Таблиці 1.2:

Таблиця 1.2

Загрози та можливості компанії «Актіс Груп»

Загрози		Можливості	
Зміни у валютних курсах	Оскільки компанія залежить від імпортного обладнання, валютні коливання можуть збільшити витрати на придбання техніки та запасних частин.	Розширення географії діяльності	Вихід на нові регіони, як в Україні, так і в сусідніх країнах, може забезпечити нові ринки збуту та зростання доходів.
Конкуренція	Зростання конкуренції в галузі може впливати на рентабельність і обсяг продажів.	Запуск додаткових послуг	Пропозиція нових послуг (наприклад, сервісне обслуговування обладнання) може збільшити доходи й посилити лояльність клієнтів.
Економічна нестабільність	Відновлення після війни та економічна нестабільність можуть призвести до скорочення інвестицій в інфраструктурні проекти.	Зростання попиту на інфраструктурні проекти	Збільшення інвестицій у будівництво та інфраструктуру може підвищити попит на послуги компанії.

Технічні збої та зношування обладнання	Постійне навантаження на техніку та обладнання може спричиняти додаткові витрати на ремонт або призупинення роботи.	Екологічність і стійкість	Впровадження екологічних практик і рішень може забезпечити конкурентну перевагу серед клієнтів, для яких важливий екологічний аспект.
Правові ризики та зміни в законодавстві	Зміни у податковому, екологічному або трудовому законодавстві можуть призвести до додаткових витрат або обмежень у діяльності компанії.	Цифровізація і автоматизація	Впровадження цифрових технологій для управління процесами і логістикою може оптимізувати операційну діяльність і знизити витрати.

SWOT-аналіз показує, що «Актіс Груп» має сильні позиції на ринку завдяки партнерству з провідними брендами, інноваційним технологіям та оптимізації витрат. Однак компанія стикається з такими викликами, як залежність від імпорту, валютні ризики і спад доходів. Щоб використати свої можливості, компанії варто розширити географію діяльності, додати нові послуги й адаптуватися до змін на ринку. Це допоможе зміцнити конкурентні переваги, мінімізуючи ризики від економічної нестабільності та зростання конкуренції.

1.3 Нормативне забезпечення організації та методики обліку і аудиту в оптовій торгівлі

Ефективна організація обліку та аудиту в оптовій торгівлі потребує дотримання чинних нормативно-правових актів та стандартів, що регламентують порядок ведення бухгалтерського обліку та аудиту. До основних нормативних документів належать закони України, національні стандарти бухгалтерського

обліку (НСБО), міжнародні стандарти фінансової звітності (МСФЗ), а також стандарти аудиторської діяльності.

Основні нормативні документи показані на Рис.1.7:

Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні»	Податковий кодекс України	Закон України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність»	ПНСБО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»
ПСБО 9 «Запаси»	ПСБО 15 «Дохід»	ПСБО 16 «Витрати»	МСБО 2 «Запаси»
МСБО 18 «Дохід»	МСБО 37 «Забезпечення, умовні зобов'язання та умовні активи»	МСА 200 «Загальні цілі незалежного аудитора та проведення аудиту відповідно до МСА»	МСА 315 «Ідентифікація та оцінка ризиків суттєвих викривлень»
	МСА 500 «Аудиторські докази»	МСА 700 «Формування думки та надання звіту про фінансову звітність»	

Рис. 1.7. Нормативне забезпечення організації та методики обліку і аудиту в оптовій торгівлі

Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» є основним документом, що регулює організацію бухгалтерського обліку в Україні. Він визначає принципи ведення бухгалтерського обліку (достовірність, обачність, відповідність тощо), обов'язки суб'єктів господарювання щодо ведення обліку та складання фінансової звітності, вимоги до ведення обліку та подання фінансової звітності (своєчасність, відповідність НСБО або МСФЗ), порядок та періодичність подання звітності до контролюючих органів та акціонерів [8].

Податковий кодекс визначає порядок оподаткування діяльності в оптовій торгівлі, встановлює вимоги до податкової звітності та обліку податків, що впливає на методику обліку доходів, витрат та податкових зобов'язань в оптовій

торгівлі. Кодекс вимагає, щоб облік вівся таким чином, щоб забезпечувати правильність нарахування податків та зборів [9].

Закон України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» регулює аудиторську діяльність в Україні та встановлює основні принципи проведення аудиту, обов'язки та права аудиторів і аудиторських фірм. Він також визначає вимоги до аудиторської звітності, кваліфікації аудиторів і порядку їхньої роботи [10].

Національні стандарти бухгалтерського обліку в Україні розроблені для уніфікації бухгалтерського обліку, забезпечення достовірності та прозорості фінансової звітності. Ключові стандарти, що впливають на облік в оптовій торгівлі, включають:

- ПСБО 9 «Запаси» - регулює порядок обліку товарних запасів, методи оцінки та списання [11].

- ПСБО 15 «Дохід» – визначає критерії визнання доходу від реалізації товарів, включаючи вимоги до обліку доходів в оптовій торгівлі [12].

- ПСБО 16 «Витрати» – регулює облік витрат, що включають витрати на придбання, транспортування та зберігання товарів [13].

- НПСБО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» – встановлює вимоги до форми та змісту фінансової звітності, що актуально для всіх сфер, включаючи оптову торгівлю [14].

Для компаній, що орієнтуються на міжнародний ринок або мають іноземних інвесторів, важливим є застосування МСФЗ. Основні стандарти, що впливають на облік і звітність в оптовій торгівлі, включають:

- МСБО 2 «Запаси» - регулює порядок обліку запасів, методи їх оцінки (FIFO, середньої вартості) та визнання собівартості [15].

- МСБО 18 «Дохід» - містить вимоги до визнання та обліку доходів від продажу товарів [16].

- МСБО 37 «Забезпечення, умовні зобов'язання та умовні активи» - описує умови обліку резервів та зобов'язань, що може бути актуальним у випадках гарантійних зобов'язань перед покупцями [17].

Міжнародні стандарти аудиту регламентують порядок і методику проведення аудиторських перевірок. Найважливіші стандарти, що застосовуються до аудиту в оптовій торгівлі, включають:

- МСА 200 «Загальні цілі незалежного аудитора та проведення аудиту відповідно до МСА» - визначає основні принципи аудиторської діяльності, включаючи професійний скептицизм і дотримання етичних норм.

- МСА 315 «Ідентифікація та оцінка ризиків суттєвих викривлень» - регламентує оцінку ризиків, що є важливим для ідентифікації ризиків у обліку та аудиті оптових операцій.

- МСА 500 «Аудиторські докази» - встановлює вимоги до аудиторських доказів, включаючи підтвердження інформації про запаси, доходи, дебіторську та кредиторську заборгованість.

- МСА 700 «Формування думки та надання звіту про фінансову звітність» - визначає структуру та зміст аудиторського звіту [18].

Окрім основних нормативних документів, в обліку та аудиті в оптовій торгівлі застосовуються методичні рекомендації та роз'яснення, що надаються Міністерством фінансів України, Державною аудиторською службою, а також професійними об'єднаннями бухгалтерів і аудиторів.

Нормативне забезпечення організації та методики обліку і аудиту в оптовій торгівлі є багаторівневим і включає закони, національні та міжнародні стандарти бухгалтерського обліку та аудиту, а також методичні рекомендації. Дотримання цих норм забезпечує прозорість, достовірність та ефективність облікових і аудиторських процесів, що сприяє підвищенню якості фінансової звітності та управління компанією.

Висновки до розділу 1

Дослідження теоретичних засад організації та методики обліку і аудиту в оптовій торгівлі дозволило зробити наступні висновки:

1. Компанія «Актіс Груп» - постачальник дробильно-сортувального та збагачувального обладнання від провідних європейських та американських брендів таких, як Astec, CDE, Keestrack, Epiroc, а також запасних частин до ДСО та лідер ринку підрядних послуг з виробництва щебню в Україні. За 14 років досвіду роботи на українському ринку компанія має сотні успішних реалізованих проектів.

2. Компанія демонструє прагнення до зниження зобов'язань і зменшення витрат, що дозволило збільшити чистий прибуток у 2023 році навіть за умов зниження доходів. Проте суттєве скорочення доходів після 2021 року є сигналом до аналізу конкурентного середовища, попиту та перегляду стратегії продажів. Зменшення активів і скорочення персоналу свідчать про консервативний підхід у веденні бізнесу, спрямований на підвищення ефективності та рентабельності.

3. SWOT-аналіз показує, що «Актіс Груп» має сильні позиції на ринку завдяки партнерству з провідними брендами, інноваційним технологіям та оптимізації витрат. Однак компанія стикається з такими викликами, як залежність від імпорту, валютні ризики і спад доходів. Щоб використати свої можливості, компанії варто розширити географію діяльності, додати нові послуги й адаптуватися до змін на ринку. Це допоможе зміцнити конкурентні переваги, мінімізуючи ризики від економічної нестабільності та зростання конкуренції.

4. Нормативне забезпечення організації та методики обліку і аудиту в оптовій торгівлі є багаторівневим і включає закони, національні та міжнародні стандарти бухгалтерського обліку та аудиту, а також методичні рекомендації. Дотримання цих норм забезпечує прозорість, достовірність та ефективність облікових і аудиторських процесів, що сприяє підвищенню якості фінансової звітності та управління компанією.

РОЗДІЛ 2

ОРГАНІЗАЦІЯ ТА МЕТОДИКА ОБЛІКУ В ОПТОВІЙ ТОРГІВЛІ

2.1 Документальне оформлення та облік надходження товарів

Головною особливістю оптової торгівлі є те, що продаж товарів здійснюється великими партіями, які не призначені для індивідуального споживання, розрахунки по товарних операціях здійснюються в основному у безготівковій формі, а товари обліковуються за первісною вартістю.

Завдання «Актіс Груп» в оптовій торгівлі відображають специфіку компанії як провідного постачальника дробильно-сортувального обладнання та запчастин на українському ринку. Основні завдання включають (Рис.2.1):

регулярні поставки високоякісного обладнання (Astec, CDE, Keestrack, Epiroc) та запчастин для задоволення потреб клієнтів

оптимізація процесів постачання для уникнення затримок і забезпечення оперативності в обслуговуванні замовників

Гарантійне і післягарантійне обслуговування обладнання, що підтримує тривалу співпрацю та лояльність клієнтів

Ефективна логістика та управління складськими запасами для оперативного задоволення замовлень

Вивчення ринкових тенденцій та специфічних потреб гірничодобувної галузі, зокрема у сфері дробильно-сортувального обладнання

Запровадження передових технологій та обладнання на українському ринку, що відповідає потребам гірничої галузі

Рис. 2.1. Завдання «Актіс Груп» в оптовій торгівлі

Загалом завдання «Актіс Груп» в оптовій торгівлі полягають у забезпеченні якісної пропозиції товарів і послуг, зміцненні репутації та підтримці ефективної взаємодії з клієнтами на українському ринку. Для вирішення цих завдань підприємство здійснює господарську діяльність, яка складається з певних господарських операцій. А кожна господарська операція має бути належним чином оформлена і зареєстрована в бухгалтерських документах.

Підприємство оптової торгівлі здійснює постачання товарів на основі попередньо укладених договорів з відповідними документами (специфікаціями).

Документальному оформленню товарних операцій передує укладання договорів. Договір поставки (купівлі-продажу) є основним правовим документом, який визначає права й обов'язки постачальників та покупців. Серед основних його реквізитів є (Рис.2.2):

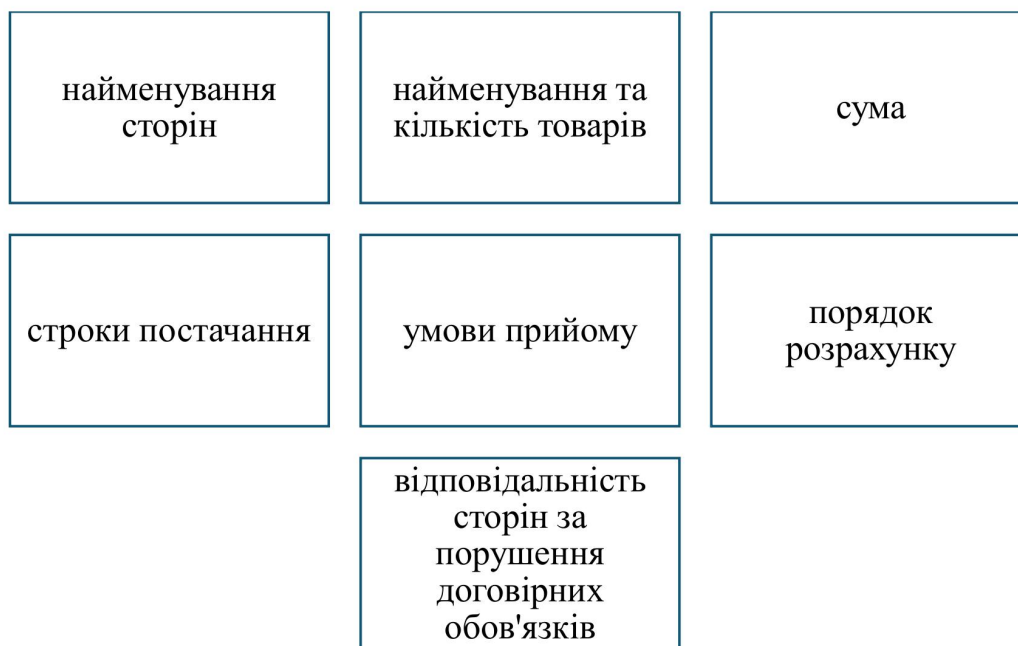


Рис. 2.2. Основні реквізити договорів поставки (купівлі-продажу)

[8,19]

Надходження щєбню в оптовій відділ продаж здійснюється безпосередньо з виробництва.

Документальне оформлення відпуску товарів залежить від способу перевезення вантажів - автомобільним транспортом, залізничним транспортом або іншим способом.

Оформлення супровідних документів залізничним транспортом здійснюється відповідно до Правил перевезення вантажів, затверджених наказом Міністерства транспорту України [20]. Під час доставки товарів залізницею оформлюється комплект перевізних документів, що включає накладну,

квитанцію про прийом вантажів, дорожню відомість та корінець дорожньої відомості.

Основними документами, що підтверджують перевезення вантажу автомобільним транспортом, є:

- подорожній лист типової форми № 1 (для міжнародних перевезень);
- подорожній лист типової форми № 2 (для перевезень в межах України);
- талон замовника типової форми № I-ТЗ;
- товарно-транспортні накладні типової форми №1-ТН (для перевезень в межах України).

Подорожній лист виписується юридичною особою, яка здійснює перевезення вантажу, і надається водію перед виїздом автомобіля.

Відповідно до Правил перевезень вантажів автомобільним транспортом в Україні [20], товарно-транспортна накладна (ф. № I -ТН) - єдиний для всіх учасників транспортного процесу юридичний документ, що призначений для списання товарно-матеріальних цінностей, обліку на шляху їх переміщення, оприбуткування, складського, оперативного та бухгалтерського обліку, а також для розрахунків за перевезення вантажу та обліку виконаної роботи. Крім того, первинна транспортна документація відноситься до первинних документів, на підставі яких ведеться бухгалтерський облік.

В бухгалтерському обліку порядок приймання товарів за кількістю та якістю тісно пов'язаний із моментом настання матеріальної відповідальності. Матеріальна відповідальність настає з моменту приймання товарів за кількістю матеріально-відповідальною особою. Якщо вона збігається за часом з прийманням за якістю, то матеріальна відповідальність настає в повному обсязі в момент, коли матеріально-відповідальна особа ставить підпис і штамп (печатку) в супровідних документах.

Торгівельний відділ продає товари, не змінюючи упаковку виробництва, товар приймається за вагою нетто, кількістю товарних місць, якістю і комплектністю у разі, якщо вага бруто фактична і вага нетто, вказана в

супровідних документах, збігаються, тара під товарами не ушкоджена, має належне маркування, опломбована, ознаки псування товарів (бій, бомбаж тощо) відсутні.

Крім того, оформлення та облік реалізації товарів на підприємствах оптової торгівлі залежать від способу розрахунків за придбаний товар між покупцем та продавцем. При розрахунках у готівковій формі отримана виручка оприбутковується прибутковим касовим ордером. Якщо це безготівкові розрахунки, покупець здійснює оплату за отриманий товар за допомогою оформленого платіжного документу, а отримані кошти відображаються на поточному рахунку, що підтверджується випискою банку.

Працівники бухгалтерії перевіряють таксування, арифметичні підрахунки в документах та їх контирування.

2.2 Бухгалтерський облік операцій з реалізації товарів в оптовій торгівлі

Для документального оформлення руху товарів на ТОВ «Актіс Україна» використовуються наступні первинні документи (Табл.2.1):

Таблиця 2.1

Супровідні документи з обліку товарів в оптовій торгівлі

Зміст господарської операції	Рахунок-фахтура	Накладна	Товарно-транспортна	Сертифікат відповідності	Податкова накладна	Плагіжна інструкція	Господарський договір	Заява	Акт інвентаризації	Доручення
Придбання товарів на умовах розрахунку та обміну	+	+	+	+	+	+	+			+

Безкоштовне отримання товарів		+	+	+	+		+			+
Оприбуткування лишків									+	
Вибуття товарів на умовах розрахунку чи обміну	+	+	+	+	+	+	+			
Безоплатна передача		+	+	+	+		+			
Вибуття внаслідок крадіжок, псування										

Відповідно до Господарського кодексу України підприємства всіх форм власності здійснюють оперативний та бухгалтерський облік результатів своєї діяльності, складають статистичну звітність. Порядок організації та ведення бухгалтерського обліку і подання фінансової та статистичної звітності визначається відповідним законодавством [21].

Оптова торгівля - це сфера підприємницької діяльності з придбання і відповідного перетворення товарів для наступної їх реалізації підприємствам роздрібною торгівлі, іншим суб'єктам підприємницької діяльності. Оптова торгівля включає як безпосередні комерційні зв'язки на умовах договорів купівлі-продажу та поставки між підприємствами-виробниками і споживачами, так і зв'язки між ними через торговельних посередників. Для зайняття оптовою торгівлею суб'єкти господарської діяльності можуть використовувати оптові бази, товарні склади, склади-магазини. ТОВ «Актіс Україна» використовує товарні склади для зберігання вироблених добрив.

Ведення бухгалтерського обліку в оптовій торгівлі регулюється Інструкцією про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затвердженою наказом Мінфіну України від 30.11.99 р. № 291 [22].

Підприємства можуть самостійно визначати облікову політику, обирати форми бухгалтерського обліку як певну систему реєстрів обліку, порядку і способу реєстрації та узагальнення інформації в них. Господарські операції відображаються в облікових реєстрах під час надходження первинних документів або підсумками за місяць, залежно від характеру і змісту операцій. До облікових реєстрів належать книги, відомості, журнали, призначені для хронологічного, систематичного накопичення, групування та узагальнення інформації про господарські операції, що міститься у прийнятих для обліку первинних документах. Інформація про господарські операції підприємства за звітний період (місяць, квартал, рік) з облікових реєстрів використовується для складання фінансової звітності. Регістри бухгалтерського обліку побудовані за кореспонденцією рахунків бухгалтерського обліку.

Відобразимо в Таблиці 2.2 бухгалтерський облік операцій з реалізації щебню та запасних частин:

Таблиця 2.2

**Бухгалтерський облік операцій з оптового продажу щебню та
запасних частин на ТОВ «Актіс Україна»**

№ з/п	Зміст господарської операції	Кореспонденція рахунків	
		Дебет	Кредит
1	Відображено доходи від реалізації ЗЧ Смс Серсог до щокочових дробарок TELSMITH	361	702
2	Нараховано податкові зобов'язання з ПДВ з договірної вартості реалізованих ЗЧ Смс Серсог до щокочових дробарок TELSMITH	702	641

3	Списано собівартість реалізованих ЗЧ Cms Серсог до щокочих дробарок TELSMITH	902	281
4	Відображено доходи від реалізації щебню гранітного фракції 20-40 мм	361	701
5	Нараховано податкові зобов'язання з ПДВ з договірної вартості реалізованого щебню гранітного фракції 20-40 мм	701	641
6	Списано собівартість реалізованого щебню гранітного фракції 20-40 мм	901	261
7	Отримано оплату за раніше відвантажену готову продукцію	311	361
8	Віднесено на фінансовий результат суми в порядку закриття рахунків обліку доходів і витрат	701 791	791 901

Облік реалізації товарів є ключовим елементом ефективного управління оптовою торгівлею. Від точності та своєчасності документального оформлення залежить не лише фінансова звітність підприємства, але й можливість оперативного прийняття управлінських рішень.

Таким чином, ефективний облік реалізації товарів сприяє підвищенню прозорості і достовірності фінансової інформації, зниженню ризиків, пов'язаних з обігом товарів, та покращенню загального управління підприємством. Суворе дотримання встановлених процедур і належне документальне оформлення всіх операцій є запорукою успішної діяльності підприємства в сфері оптової торгівлі.

2.3 Облік торгівельних знижок

Відповідно до Закону України «Про рекламу» (Закон про рекламу), знижка - це тимчасове зменшення ціни товару, яке надається покупцям (споживачам) [23]. Знижки можуть надаватись як юридичним особам, так і фізичним особам. У разі надання знижок останнім діє Закон України «Про захист

прав споживачів». Згідно цього Закону, поняття «знижка» чи «зменшена ціна» або будь-які інші, аналогічні за значенням, дозволяється вживати лише у випадку дотримання таких умов:

- 1) їх застосовують до продукції, яку підприємство безпосередньо реалізує;
- 2) такого роду знижка чи зменшення ціни застосовується протягом визначеного й обмеженого періоду часу;
- 3) ціна продукції є нижчою за її звичайну ціну [24].

Водночас іще однією умовою надання знижок є їх публічне оголошення. Тобто до споживачів має бути доведена інформація про ціну продукції, що була встановлена до початку застосування знижок або зменшення ціни, а також цієї ж продукції, установлену після початку їх застосування [24].

Надання знижок підприємством має супроводжуватися документами, що чітко визначають порядок надання знижок, закріплюють відповідальних осіб. Окрім того, саме відповідні документи можуть підтвердити господарську спрямованість такої операції, обґрунтувати рівень цін і механізм їх визначення. Жодних типових форм для такого випадку не затверджено. Тобто це може бути будь-який документ, який визначатиме саме порядок надання знижок: або наказ про проведення рекламної акції, або положення про знижки чи інший документ.

У разі якщо на підприємстві затверджується наказ, він обов'язково повинен містити такі відомості: мета проведення заходу, асортимент товарів, на які надається знижка, розмір знижок, умови їх надання. Окрім цього, у наказі рекомендуємо прописати порядок інформування покупців про знижки на товари, а також визначити відповідальних осіб за проведення такого заходу. Зменшення ціни є тимчасовим, що призводить до обов'язкового зазначення в документах строку дії знижок на товари.

Замінити наказ або ж слугувати його продовженням може й Положення про знижки, затверджене керівником підприємства. У Положенні також слід чітко прописати механізм надання знижок, обґрунтувати їх розмір, визначити строк дії. Тобто такий документ має стати міцним підґрунтям для порядку надання знижок

на підприємстві. На Рис. 2.3 та Рис.2.4 представлено розроблене Положення про знижки для ТОВ «Актіс Україна»:

ПОЛОЖЕННЯ ПРО ЗНИЖКИ ДЛЯ ТОВ «АКТИС УКРАЇНА»

1. Загальні положення

- 1.1. Це Положення регулює надання знижок на товари та послуги ТОВ «Актіс Україна» (далі — «Компанія»).
- 1.2. Знижки надаються з метою стимулювання продажів, утримання постійних клієнтів, залучення нових покупців та зменшення складських залишків.
- 1.3. Положення визначає види знижок, умови їх надання, порядок оформлення та обліку знижок у фінансових документах Компанії.

2. Види знижок

- 2.1. Знижка за обсяг замовлення. Надається клієнтам, що здійснюють великі замовлення. Розмір знижки встановлюється пропорційно обсягу купівлі.
Умови знижки: при замовленні на суму понад визначений обсяг, наприклад, 500 000 грн, клієнту надається знижка в розмірі 5%; понад 1 000 000 грн — 10%.
- 2.2. Знижка за передоплату. Надається клієнтам, які здійснюють оплату перед відвантаженням товару. Знижка становить 3% від суми замовлення при 100% передоплаті.
- 2.3. Знижка за лояльність. Розрахована для постійних клієнтів, які співпрацюють із Компанією понад 1 рік. Розмір знижки визначається індивідуально залежно від обсягів закупівель за попередні періоди.
- 2.4. Сезонна знижка. Встановлюється для стимулювання продажів в окремі періоди року, за рішенням керівництва Компанії. Умови надання сезонних знижок та їх розмір затверджуються окремим наказом.
- 2.5. Промоційні знижки. Тимчасові знижки на певні товари або послуги для просування нової продукції або стимулювання попиту на певні товари.
Умови та тривалість дії промоційної знижки встановлюються на основі маркетингових кампаній.
- 2.6. Знижка для стратегічних клієнтів. Призначена для великих клієнтів, які здійснюють регулярні та великі обсяги закупівель. Розмір знижки та умови надання узгоджуються з клієнтом на підставі договору про співпрацю.

3. Порядок надання знижок

- 3.1. Знижки надаються виключно на підставі затвердженого договору або додаткової угоди між Компанією та клієнтом.
- 3.2. Відповідальний менеджер зобов'язаний забезпечити документальне оформлення знижок та внесення інформації про них до облікової системи.
- 3.3. Рішення про надання та розмір знижки приймається відповідно до умов цього Положення та затверджується директором або уповноваженою особою Компанії.

Рис. 2.3 Положення про знижки для ТОВ «Актіс Україна» (п.1-3)

Іще один документ, який стане в пригоді під час надання знижок, є Звіт відповідальної особи. Він складається в довільній формі та підтверджує, що операція була здійснена з дотриманням затвердженого порядку. Коли всі документи оформлені і надання знижок сприяло досягненню поставленої мети, бухгалтеру лишається правильно відобразити таку операцію в обліку. Облік знижок залежить від моменту їх надання, тобто - чи знижки надаються безпосередньо під час продажу товарів, чи вже після. Розгляньмо кожен випадок окремо.

4. Облік та звітність

- 4.1. Усі знижки обліковуються як зменшення доходу або як витрати на збут залежно від характеру знижки.
- 4.2. Знижки повинні бути відображені у фінансових документах (рахунках-фактурах) та супровідних документах до договорів із клієнтами.
- 4.3. Бухгалтерія Компанії здійснює контроль за правильністю надання знижок та їх обліком у фінансових звітах.

5. Контроль і відповідальність

- 5.1. Відповідальність за дотримання цього Положення покладається на керівників відділу продажів та відповідальних менеджерів.
- 5.2. Порушення Положення може призвести до дисциплінарних заходів щодо відповідальних осіб.

6. Заключні положення

- 6.1. Це Положення набирає чинності з дати його затвердження директором Компанії.
- 6.2. У разі необхідності зміни або доповнення до цього Положення вносяться шляхом видання відповідного наказу.

Рис. 2.4 Положення про знижки для ТОВ «Актіс Україна» (п.4-6)

Торгівельні знижки на підприємстві оптової торгівлі є важливим інструментом для стимулювання продажів, формування лояльності клієнтів та управління попитом. В оптовій торгівлі вони можуть бути застосовані в різних формах залежно від мети, ситуації на ринку та потреб клієнтів. При продажу на підприємстві «Актіс Груп» використовуються наступні види знижок (Рис.2.5):

Знижки за обсяг замовлення

- Чим більший обсяг закупівлі здійснює клієнт, тим вищу знижку він отримує. Це спонукає клієнтів купувати більше, що допомагає компанії збільшити загальний обсяг продажів.

Знижки за довгострокову співпрацю (лояльність)

- Компанія надає знижки постійним клієнтам як винагороду за стабільну співпрацю. Це сприяє побудові тривалих партнерських відносин і утриманню клієнтів

Сезонні знижки

- У деякі періоди року попит може знижуватися, і щоб підтримати обсяги продажів, компанія може запроваджувати сезонні знижки. Це особливо актуально в періоди, коли підприємство має надлишок запасів.

Промоційні знижки

- Використовуються для просування нових продуктів, стимулювання пробних замовлень на нове обладнання або збільшення продажів певної продукції в короткостроковій перспективі.

Знижки за передоплату

- Клієнтам, які здійснюють передоплату, може надаватися додаткова знижка. Це сприяє поліпшенню грошового потоку компанії.

Знижки за рекомендацію

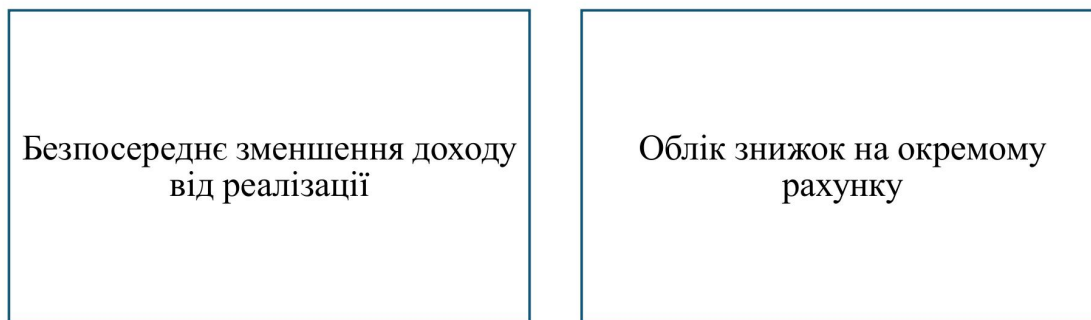
- Якщо існуючий клієнт рекомендує продукцію іншим, він може отримати знижку за свої наступні замовлення, що стимулює залучення нових клієнтів.

Спеціальні знижки для великих і стратегічних клієнтів

- Великі підприємства чи стратегічні партнери можуть отримувати індивідуальні умови та знижки, що відповідають обсягу їх замовлень і тривалості співпраці.

Рис. 2.5. Види знижок

Облік торговельних знижок в оптовій торгівлі є важливим елементом для відображення реальної вартості продажу, точного нарахування прибутку та контролю за доходами. Торговельні знижки можуть бути обліковані за різними підходами залежно від типу знижок, методів нарахування та потреб звітності. Методи обліку знижок наведені на Рис. 2.6:



Рисю 2.6. Методи обліку знижок

Безпосереднє зменшення доходу від реалізації - знижка враховується безпосередньо в момент виставлення рахунку клієнту та зменшує суму доходу, яку компанія отримає.

Облік знижок на окремому рахунку - використовується для відокремленого обліку знижок як витрат, що дає змогу оцінити загальні суми наданих знижок та їхній вплив на фінансовий результат.

Якщо знижка надається на етапі виставлення рахунку, її можна одразу врахувати як зменшення доходу. Якщо знижка надається після продажу (наприклад, бонусна знижка або знижка за обсяг продажів), то її варто обліковувати як витрати на збут або маркетингові витрати.

Документальне оформлення знижок:

- рахунки-фактури з урахуванням знижок (зменшення ціни в рахунку до оплати);
- акти надання знижки для фіксації знижок, наданих після продажу, як підтвердження обґрунтованості знижки.

Підприємство ТОВ «Актіс Україна» - платник ПДВ, яке займається оптовою торгівлею, у квітні 2024 року придбало 10 запчастин вартістю 90000 грн (у т. ч. ПДВ - 15000 грн). У цьому самому місяці всі ці запчастини були відвантажені покупцю - платнику ПДВ за ціною 12000 грн (у т. ч. ПДВ - 2000 грн). Загальна вартість постачання становила 120000 грн (у т. ч. ПДВ - 20000 грн).

Договором передбачено 5% знижки на такі запчастини за умови придбання покупцем упродовж місяця товарів загальною вартістю понад 150000 грн. Покупець виконав ці умови й отримав знижку на суму 6000 грн (120000 грн x 5%).

Бухгалтерський та податковий облік такої знижки на підприємстві ТОВ «Актіс Україна» представимо в Таблиці 2.3:

Таблиця 2.3

**Бухгалтерський облік надання знижок знижки на підприємстві ТОВ
«Актіс Україна»**

№ з/п	Зміст господарської операції	Кореспонденція рахунків		Сума, грн
		Дебет	Кредит	
1	Оприбутковані ЗЧ Cms Серсог до щокочових дробарок TELSMITH на склад	281	631	75000,00
2	Відображено податковий кредит з ПДВ на підставі зареєстрованої в ЄРПН податкової накладної	641/ПДВ	631	15000,00
3	Погашено заборгованість за отримані ЗЧ Cms Серсог до щокочових дробарок	631	311	90000,00
4	Відвантажено ЗЧ Cms Серсог до щокочових дробарок покупцю	361	702	120000,00
5	Нараховано податкові зобов'язання з ПДВ	702	641/ПДВ	20000,00

6	Списано собівартість реалізованих товарів	902	281	75000,00
7	На дату надання знижки відкориговано дохід від реалізації ноутбуків на суму знижки	704	361	6000,00
8	Відкориговано податкові зобов'язання, нараховані на суму знижки (методом «сторно»)	704	641/ПДВ	1000,00
9	Отримано оплату за ЗЧ Sms Серсог до щоквих дробарок покупцю	311	361	114000,00

Облік торгівельних знижок допомагає підприємству отримати реальну картину доходів і витрат, а також забезпечити контроль за виконанням умов надання знижок, що важливо для ефективного управління фінансовими результатами компанії.

Таким чином, облік торговельних знижок є важливим елементом фінансового управління в оптовій торгівлі, оскільки він дозволяє відобразити реальну вартість продажу, точно обчислити прибуток та контролювати доходи. Знижки можуть надаватися з різних причин, зокрема за обсяг закупівель, передоплату або лояльність клієнта, і кожен тип знижок обліковується відповідно до його природи. У фінансовій звітності знижки можуть відображатися як зменшення доходу або як витрати на збут, залежно від моменту їх надання. Коректний облік знижок дозволяє отримати точну картину фінансових результатів компанії, оптимізувати стратегію продажів та забезпечити прозорість перед партнерами й інвесторами.

2.4 Удосконалення організації та методики обліку в оптовій торгівлі

Удосконалення організації та методики обліку в оптовій торгівлі сприяє підвищенню точності фінансової звітності, оптимізації операційних процесів і поліпшенню прийняття управлінських рішень. Основними напрямками для вдосконалення для компанії ТОВ «Актіс Україна» є (Рис.2.7):

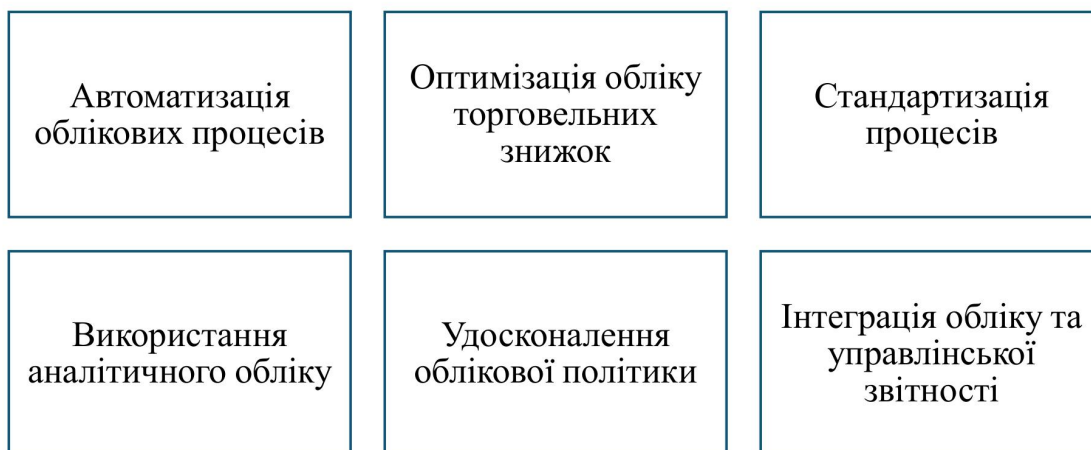


Рис. 2.7. Удосконалення організації та методики обліку в оптовій торгівлі для компанії ТОВ «Актіс Україна»

Впровадження сучасних облікових систем та програмних рішень (наприклад, ERP-систем) дозволяє мінімізувати людські помилки, пришвидшити процес обробки даних та полегшити облік значних обсягів операцій, характерних для оптової торгівлі. Це забезпечує оперативний доступ до інформації та спрощує підготовку звітності. Важливо чітко розмежувати типи знижок (за обсяг, за передоплату, за лояльність тощо) і стандартизувати їх облік, щоб отримувати реальні дані про доходи та витрати. Це сприятиме прозорому відображенню витрат і покращить управління маркетинговими заходами. Введення єдиних стандартів для оформлення документів (рахунки, договори, акти) та контроль за дотриманням процедур обліку полегшує роботу з великим обсягом документів. Стандартизація також допомагає уникнути невідповідностей у звітності, полегшує аудит та знижує ризики помилок. Впровадження детального аналітичного обліку за товарними групами, клієнтами та регіонами допомагає

краще аналізувати прибутковість окремих сегментів і коригувати стратегії продажів. Це також сприяє виявленню нерентабельних товарних позицій і надає змогу управляти ціноутворенням і знижками.

Підприємства оптової торгівлі потребують облікової політики, що враховує специфіку операцій з великими партіями товарів і розрахунки з різними категоріями клієнтів. Чітке визначення облікової політики (зокрема щодо оцінки запасів, розподілу витрат і методів обліку знижок) дозволяє забезпечити порівнянність фінансових показників. Системи обліку повинні враховувати потреби управлінської звітності, дозволяючи керівництву оперативно отримувати точні дані для прийняття рішень. Така інтеграція допомагає керувати запасами, оптимізувати товарні запаси та адаптувати стратегію продажів відповідно до змін ринку.

Отже, удосконалення обліку в оптовій торгівлі забезпечує точність і прозорість фінансових даних, підвищує ефективність управління та оптимізує процеси. Автоматизація, впровадження аналітичного обліку за товарними групами, клієнтами та регіонами, а також стандартизація процедур дозволяють знижувати витрати, контролювати рентабельність і приймати обґрунтовані управлінські рішення. Такі кроки сприяють кращому управлінню ціноутворенням та знижками, підвищують прибутковість і дозволяють підприємству швидше адаптуватися до змін ринку.

Висновки до розділу 2

Дослідження організації та методики обліку в оптовій торгівлі дозволило зробити наступні висновки:

1. Облік реалізації товарів є ключовим елементом ефективного управління оптовою торгівлею. Від точності та своєчасності документального оформлення залежить не лише фінансова звітність підприємства, але й можливість оперативного прийняття управлінських рішень. Суворе дотримання встановлених процедур і належне документальне оформлення всіх операцій є запорукою успішної діяльності підприємства в сфері оптової торгівлі.

2. Облік торговельних знижок є важливим елементом фінансового управління в оптовій торгівлі, оскільки він дозволяє відобразити реальну вартість продажу, точно обчислити прибуток та контролювати доходи. Знижки можуть надаватися з різних причин, зокрема за обсяг закупівель, передоплату або лояльність клієнта, і кожен тип знижок обліковується відповідно до його природи. У фінансовій звітності знижки можуть відображатися як зменшення доходу або як витрати на збут, залежно від моменту їх надання. Коректний облік знижок дозволяє отримати точну картину фінансових результатів компанії, оптимізувати стратегію продажів та забезпечити прозорість перед партнерами й інвесторами.

3. Удосконалення обліку в оптовій торгівлі забезпечує точність і прозорість фінансових даних, підвищує ефективність управління та оптимізує процеси. Автоматизація, впровадження аналітичного обліку за товарними групами, клієнтами та регіонами, а також стандартизація процедур дозволяють знижувати витрати, контролювати рентабельність і приймати обґрунтовані управлінські рішення. Такі кроки сприяють кращому управлінню ціноутворенням та знижками, підвищують прибутковість і дозволяють підприємству швидше адаптуватися до змін ринку.

РОЗДІЛ 3

ОРГАНІЗАЦІЯ ТА МЕТОДИКА АУДИТУ В ОПТОВІЙ ТОРГІВЛІ

3.1 Визначення торгівлі як об'єкта для проведення аудиту

Торгівля є однією з основних галузей економічної діяльності держави, це найрозвиненіша форма підприємництва. Відповідно до Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів, торгова діяльність - це ініціативна, самостійна діяльність юридичних, фізичних осіб, спрямована на здійснення купівлі-продажу товарів з метою отримання прибутку [25].

Сфера здійснення торговельної діяльності (Рис. 3.1).

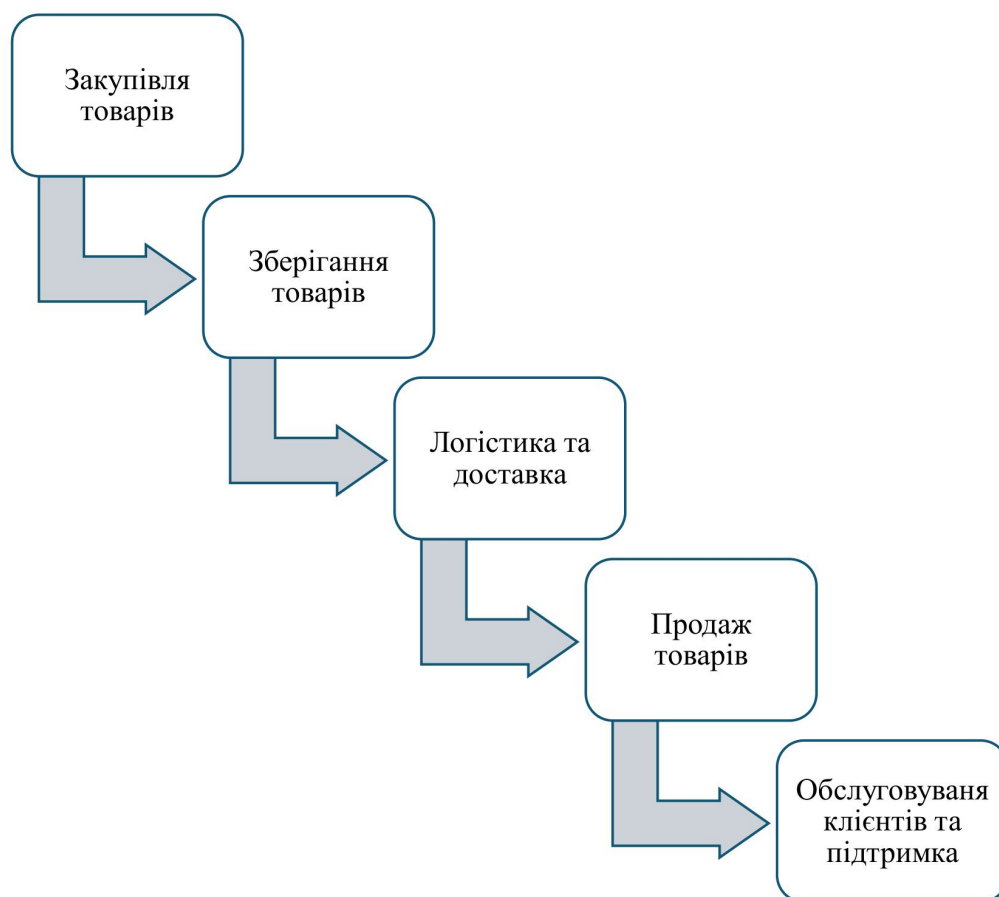


Рис. 3.1. Сфери здійснення торговельної діяльності

Рис. 3.1 демонструє ключові сфери діяльності оптового підприємства, які взаємодіють для забезпечення ефективної торгівлі та задоволення потреб клієнтів.

Закупівля товарів включає аналіз ринку, вибір постачальників, закупівлі оптових партій товарів, зберігання товарів - організація складів, контроль запасів, облік товарів на складах. Логістика та доставка відповідає за транспорт і логістичні процеси для своєчасного постачання товарів клієнтам. Продаж товарів - безпосередня реалізація товарів оптовим клієнтам, а також управління ціноутворенням і знижками. Обслуговування клієнтів та підтримка – це забезпечення якісного обслуговування, консультації, підтримка в післяпродажному періоді.

Суб'єкти торгової діяльності мають певні особливості функціонування, певною мірою це стосується й специфічних ознак бухгалтерського обліку в торгових організаціях:

1) специфічна система обліку руху товарів. Бухгалтерський облік роздрібного товарообороту ведуть тільки у вартісному вираженні за цінами продажу;

2) великі запаси товарно-матеріальних цінностей, тому дуже важливо організувати правильний контроль за їх збереженням;

3) специфічна система обліку витрат. Видатки торгових підприємств утворюють витрати обігу, які обліковують за видами, статтями і покривають за рахунок доходів підприємства. У торгівлі не застосовують такі поняття, як «калькуляція», «собівартість»;

4) специфічна система визначення валового доходу. Валовий дохід формується за рахунок торгових націнок на реалізовані товари. За рахунок валового доходу покриваються витрати обігу й утворюється чистий дохід.

3.2 Методика проведення аудиту в оптовій торгівлі

Аудит товарів - це процес перевірки та оцінки системи обліку, контролю та управління товарами у підприємстві. Метою аудиту товарів є забезпечення

достовірності, точності та повноти обліку товарів, а також виявлення можливих помилок, недоліків або шахрайських дій. Завдання аудиту товарів [26]:

1. Перевірка фізичного наявності товарів. Аудитор перевіряє, чи фактично існують товари, які зареєстровані в обліку підприємства. Це включає порівняння запасів товарів на складах з обліковими записами, перевірку накладних, актів приймання-передачі товарів і т.д.

2. Оцінка системи контролю над товарами. Аудитор оцінює ефективність системи контролю над товарними запасами. Це включає перевірку процедур приймання, зберігання, видачі товарів, контролю за рухом товарів, запобігання крадіжкам та шахрайству.

3. Перевірка правильності обліку товарів. Аудитор аналізує облікові записи, журнали, документи та інші джерела інформації, щоб переконатися в правильності обліку товарів. Він порівнює облікові записи з документами, перевіряє правильність розквітовок, реєстрацію повернень товарів, правильність цін та ставок знижок і т.д.

4. Виявлення помилок, недоліків та шахрайства. Аудитор зосереджується на виявленні можливих помилок, недоліків або шахрайських дій у системі обліку товарів. Це можуть бути неправильні розрахунки, відсутність документального оформлення, використання неправильних цін.

5. Оцінка внутрішнього контролю. Аудитор оцінює ефективність внутрішнього контролю над обліком товарів. Це включає перевірку процедур та політик, які регулюють облік, контроль за доступом до системи обліку, розділення обов'язків та інші аспекти, що забезпечують надійність обліку.

6. Аналіз фінансових показників. Аудитор аналізує фінансові показники, пов'язані з обліком товарів, такі як оборотність запасів, незавершене виробництво, вартість проданої продукції тощо. Це допомагає оцінити ефективність управління запасами та їх вплив на фінансові результати підприємства.

7. Рекомендації та підготовка звіту. На основі результатів аудиту товарів, аудитор складає звіт, в якому відображаються виявлені проблеми, рекомендації

щодо їх вирішення та можливі покращення системи обліку товарів. Цей звіт надає керівництву підприємства інформацію для вдосконалення процесів управління товарами.

Аудит товарів виконується з метою забезпечення надійності і точності обліку товарів, виявлення можливих ризиків та проблем, а також для забезпечення відповідності підприємства нормам та положенням. Це допомагає зберегти довіру клієнтів, забезпечити ефективне управління товарами та досягти фінансової стабільності підприємства.

Джерелами інформації під час проведення аудиту крім загальновідомої документації є специфічні документи:

- 1) договори;
- 2) накладна на відпуск товарно-матеріальних цінностей (типова форма М-20), яка фіксує передачу матеріальних цінностей водію (експедитору) і є підставою для вибуття матеріальних цінностей зі складу підприємства;
- 3) товарно-транспортна накладна (ТТН) за формою 1-ТН і шляхового листа вантажного автомобіля (форма № 2, що діє в межах України);
- 4) шляховий лист;
- 5) прибуткові ордери (форма М-4), які використовуються для оприбуткування товарів, що поступили від постачальників, відповідних даним супровідних документів. Вони складаються матеріально відповідальною особою, що приймає товари;
- 6) акт про приймання матеріалів (форма М-7), що використовується для оприбуткування товарів, коли є розбіжності якості і кількості з даними супровідних документів, і для товарів, що надійшли без документів, тощо.

У процесі проведення аудиторської перевірки збираються докази стосовно того, що:

- грошові кошти дійсно існують на певну дату;
- грошові кошти дійсно належать підприємству, що перевіряється;
- операції з грошовими коштами, відображені в облікових регістрах, дійсно відбулися;

- всі операції, які здійснювалися з грошовими активами, повністю відображені в бухгалтерському обліку;

- грошові активи правильно оцінені та відображені у всіх істотних аспектах в обліку за правильною вартістю.

Для отримання цих доказів використовуються різні за змістом методичні прийоми, зокрема такі: інвентаризація, перевірка документів за формою, по суті та за змістом, арифметична, логічна, експертна, зустрічні перевірки, прийоми взаємного контролю операцій, опитування і т. ін.

Аудит на торгівельних підприємствах здійснюється за типовим алгоритмом (Рис. 3.2).

Як впливає з рис.3.2 , аудит суб'єктів торгової діяльності містить деякі специфічні напрями перевірки:

1. Інвентаризація. Організація, техніка й документальне оформлення проведення інвентаризації встановлені Інструкцією з інвентаризації основних засобів, нематеріальних активів, товарно-матеріальних цінностей, грошових коштів і документів та розрахунків [25].

Аудит починають з раптової інвентаризації грошей. Остаточні результати інвентаризації визначаються після пересортування товарно-матеріальних цінностей (ТМЦ) і відображаються в бухгалтерському обліку підприємства у тому місяці, в якому закінчена інвентаризація.

Але, непокриті недостачі товарів можуть бути: в межах норм природного спадання, які виникають унаслідок усихання, випаровування, розпилювання, вивітрювання, розтрушування, витікання і т. ін., понад норми природних втрат у результаті псування, бою, крадіжок, надзвичайних подій тощо.

Вартість недостач у межах норм природного спаду і невідшкодованих недостач ТМЦ (за якими винні особи не встановлені) списується на витрати звітного періоду. Вартість наднормативних недостач товарів, за якими встановлені винуватці, відносять на винних осіб. Сума відшкодування винуватцями завданих збитків обчислюється відповідно до чинного порядку

визначення розміру збитку від розкрадання, недостачі, знищення, псування ТМЦ.



Рис. 3.2. Алгоритм аудиту діяльності торгових підприємств

Різниця між сумою відшкодування збитків і балансовою вартістю недостач товарів підлягає обов'язковому перерахуванню до бюджету.

Порядок відображення інвентаризаційних різниць в обліку залежить від того, як здійснюється облік ТМЦ: за цінами купівлі або цінами продажу.

2. Перевірка наявності дозволів на здійснення торгової діяльності. Відповідно до законодавства суб'єкти підприємницької діяльності - юридичні особи для здійснення торгівлі повинні мати: свідоцтво про державну реєстрацію; дозвіл на розміщення об'єкта торгівлі (рішення сесії місцевої ради) або договір оренди приміщення; ліцензії або їх копії, затверджені органом, який її видав; торговий патент на кожному торгову точку - звичайний або пільговий, залежно від асортименту або виду товару; квитанцію про сплату ринкового збору за торгівлю на ринку; документи з приходу товару (накладні, сертифікати якості); РРО, використовуваний у торгівлі в стаціонарних приміщеннях.

Порядок організації і здійснення торгової діяльності в Україні передбачає виконання суб'єктами господарювання певних вимог і норм, встановлених чинним законодавством. Однією з таких вимог є ліцензування та патентування.

Ліцензуванню підлягають види діяльності, які впливають: на здоров'я людини (лікарські засоби, алкогольні напої і тютюнові вироби); безпеку держави (вироби з використанням дорогоцінних металів, каменів, зброя); навколишнє середовище (особливо небезпечні хімічні речовини, спеціальні засоби індивідуального захисту, заправлені речовинами сльозоточивої і дратівливої дії). Тому під час перевірки наявності ліцензій необхідно, звернувшись до законодавства, визначити, які саме ліцензії повинна мати конкретна торгова фірма, та порівняти з фактичними, які обліковуються на рахунку 12 «Інші нематеріальні активи».

Патентуванню підлягає торгова діяльність, здійснювана в пунктах продажу товарів (магазинах, кіосках, лотках, прилавках, автокрамницях, АЗС, їдальнях, ресторанах та інших пунктах громадського харчування, оптових базах і складах, використовуваних для оптової торгівлі за наявні засоби, і т. ін.). Дія Закону не поширюється на торгову діяльність з надання побутових послуг:

підприємств військової торгівлі, державних аптек; суб'єктів підприємницької діяльності - фізичних осіб, які торгують на ринках, сплачуючи ринковий збір, сплачують податок на промисел, продають продукцію, вирощену в особистому підсобному господарстві, сплачують державне мито за нотаріальні послуги підприємств, утворених громадськими організаціями інвалідів, що мають податкові пільги.

Без торгового патенту здійснюється: торгівля основними продуктами харчування; продаж товарів власного виробництва працівникам підприємства; діяльність із закупівлі у населення продукції, якщо подальша реалізація відбувається в безготівковій формі; торгово-виробнича діяльність (громадське харчування) на підприємствах. Тому під час перевірки наявності торгового патенту вивчаються наявність та правильність торгового патенту, якщо його немає, то ставиться під сумнів законність здійснення торгової діяльності взагалі.

3. Перевірка наявності та правильності сертифікації товарів. Об'єктом сертифікації є продукція, призначена для продажу. Проводиться обов'язкова і добровільна сертифікація продукції. Обов'язкова сертифікація здійснюється в державній системі сертифікації відповідно до Переліку продукції, що належить обов'язковій сертифікації в Україні. Добровільну сертифікацію можуть здійснювати підприємства, на які покладена функція органу з добровільної сертифікації і які подають Державному комітету статистики України інформацію для реєстрації виданих сертифікатів в установленому порядку.

4. Перевірка правильності формування цін на товари. Ціна товару встановлюється як договірна між продавцем і споживачем. Держава регулює лише ціни на товари стратегічного призначення (цукор, хліб, пальне тощо) . Визначимо на Рис. 3.3 структуру ціни на запчастини на оптовому підприємстві ТОВ «Актіс Україна»:



Рис. 3.3. Структура цін ТОВ «Актіс Україна»

Собівартість товару включає витрати на закупівлю запчастин від постачальників, витрати на транспортування та митне оформлення (за потреби), а також інші прямі витрати, пов'язані з постачанням товару на склад.

Накладні витрати включають витрати на зберігання товару (оренда або утримання складу, оплата персоналу складу), пакування, логістичні послуги, а також витрати на підтримку обліку і документообігу.

Прибуток (націнка) - це націнка, що додається до собівартості й накладних витрат для забезпечення прибутковості. Вона може варіюватися залежно від попиту, рівня конкуренції та потреби в конкурентоспроможній ціні на ринку.

Ці три складові формують кінцеву відпускну ціну на запчастини для оптових покупців і забезпечують прибутковість компанії при збереженні конкурентної позиції на ринку.

Торгова націнка, яку відносять до реалізованих товарів і залишку нерелізованих товарів, визначається за формулою (3.1):

$$\text{Торгова націнка} = \text{Роздрібна вартість реалізованих товарів} - \text{Собівартість}$$

Середній відсоток торгової націнки визначається за формулою (3.2):

$$\begin{aligned} & \text{Середній відсоток торгової націнки} \\ & = \frac{\text{Залишок торгових націнок на початок звітного місяця} + \text{Торгові націнки у вартості продажу, одержані у звітному місяці товарів}}{\text{Вартість продажу (роздрібна) залишку товарів на початок звітного місяця} + \text{Вартість продажу (роздрібна) одержаних за місяць товарів}} \end{aligned}$$

До первинної вартості придбаних товарів зараховують витрати на навантажувально-розвантажувальні роботи, транспортування товарів, страхування ризиків транспортування та інші витрати, пов'язані з придбанням товарів і доведенням їх до стану, придатного до продажу [27].

5. Перевірка документального оформлення надходження товарів та їх аналітичного обліку. Основним завданням аудиту на торгових підприємствах є контроль за виконанням договірних постачань товарів постачальниками, продажем товарів покупцям (роздрібним підприємствам), контроль за станом товарних запасів.

До транспортно-заготівельних витрат (ТЗР) належать витрати на заготівлю товарів, оплата тарифів за навантажувально-розвантажувальні роботи і транспортування товарів усіма видами транспорту до місця їх використання, включаючи витрати зі страхування ризиків транспортування товарів. Для визначення собівартості реалізованих товарів підприємства торгівлі можуть застосовувати будь-який з методів, передбачених П(С)БО 9 «Запаси» (за винятком методу нормативних витрат).

Під час перевірки операцій щодо надходження товарів аналізують записи з рахунку 63 «Розрахунки з постачальниками та підрядниками». Зокрема з'ясовують:

- наявність рахунків постачальників, які підтверджують суму, віднесену на цей рахунок;
- чи не числяться на цьому рахунку товари, які тривалий час перебувають у дорозі; які заходи вжито для розшукування цих товарів;
- чи немає на цьому рахунку претензійних сум щодо розрахунків з постачальниками або нестачі товарів.

Записи у звітах завідувачів складів порівнюють з даними первинних документів і встановлюють правильність їх бухгалтерського оброблення. Записи у звітах мають бути підтверджені документами. У документах перевіряється також правильність таксування, підрахунків і суму до розрахунку.

Аналітичний облік товарів на оптових складах є партійним, гатунковим і оперативно-бухгалтерським. В оптовій торгівлі аналітичний облік товарів у бухгалтерії торгової бази здійснюється тільки у вартісному вираженні в розрізі матеріально відповідальних осіб і груп товарів [28].

Нерідко трапляються випадки розкрадання товарів шляхом неповного їх оприбуткування при надходженні від постачальників. Про ознаки такого розкрадання можуть свідчити незадоволені постачальником рекамації (комерційні акти) на «недопостачання» товарів з його боку. З метою документування розкрадання товарів слід проаналізувати такі документи: договір постачання; комерційний акт; товарно-транспортну накладну, рахунок-фактуру, подорожній лист; рахунок — платіжну вимогу, виписки банку; товарний звіт, товарну книгу; звіт про рух тари.

6. Перевірка наявності неповернених і невикористаних доручень у матеріально відповідальних осіб, порушення правил видачі й оформлення доручень. Встановлюється, чи своєчасно й правильно складено претензійні та позовні заяви до органів транспорту чи постачальників. Крім того, перевіряється правильність заповнення товарно-транспортних накладних. Книжки товарно-транспортних накладних слід ураховувати як бланки суворої звітності, вони мають бути пронумеровані й мати штамп торговельної бази.

7. Перевірка наявності безтоварних операцій. У практиці фінансово-господарської діяльності торгового підприємства часто трапляються такі порушення, як безтоварні операції. Сутність їх полягає в тому, що підробленими документами оформлюються операції, яких не відбувалося, з руху товарів з дотриманням встановлених правил їх оформлення. Безтоварні операції можуть як повністю, так і частково бути фіктивними, але всі вони спрямовані на розкрадання товарів або на привласнення грошових коштів.

Як переконує досвід, найпоширенішими серед них є [29]:

- перекриття нестач в одних місцях зберігання надлишками в інших;
- оприбуткування матеріалів, які не надійшли на підприємство з метою привласнення призначених для їх придбання грошових коштів;

- списання фіктивно оприбуткованих матеріальних цінностей на витрати виробництва;

- приписки обсягів випуску з метою фіктивного списання товарів;
- приховування нестач товарів при інвентаризації.

Ефективність дослідження безтоварних операцій залежить від точного визначення ознак, які характеризують можливість їх здійснення, зокрема таких:

- невідповідність показників у різних примірниках одних документів, що знаходяться у постачальника й одержувача продукції;
- відсутність платіжних доручень підприємства-покупця про оплату вартості будь-яких товарів;
- відсутність дозволу посадових осіб на внутрішнє переміщення товарів;
- невідповідність даних у документах про рух товарів даним транспортних документів;
- відсутність транспортних документів, які засвідчують перевезення відвантажених товарів, а також документів на нарахування заробітної плати за вантажно-розвантажувальні роботи;
- відсутність пропусків на вивезення і доручень на отримання товарів та ін.

Треба підкреслити, що виявлені при дослідженні документів викладені вище ознаки самі по собі не є безумовними свідченнями фактичного здійснення безтоварних операцій. Вони можуть бути результатом помилок осіб працівників бухгалтерії та ін [30].

3.3 Удосконалення організації та методики аудиту в оптовій торгівлі

Удосконалення організації та методики аудиту в оптовій торгівлі допомагає підвищити ефективність аудиторського процесу, забезпечує прозорість обліку та знижує ризики. Основні напрями вдосконалення для ТОВ «Актіс Україна» включають (Рис.3.4):

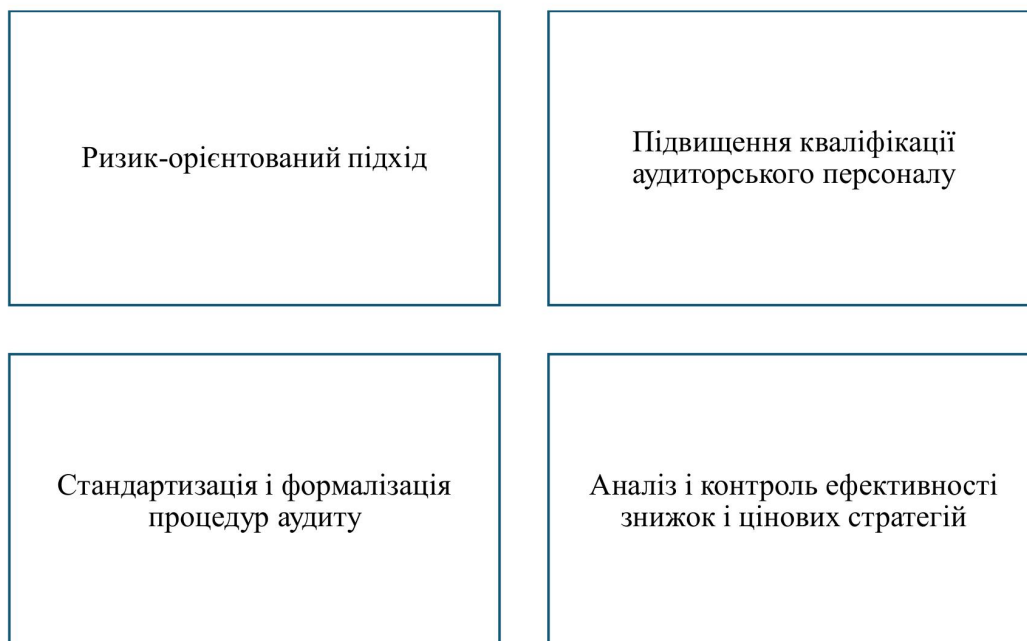


Рис. 3.4. Основні напрями вдосконалення організації та методики аудиту для ТОВ «Актіс Україна»

Ризик-орієнтований підхід в аудиті - це стратегія, яка зосереджується на виявленні, оцінці та аналізі ризиків, що мають найбільший вплив на фінансовий результат та стійкість компанії. Застосування цього підходу дозволяє аудиторам оптимально розподіляти свої зусилля, спрямовуючи основну увагу на ті процеси та операції, де потенційно можуть виникати помилки, шахрайство чи інші негативні впливи.

Основні етапи реалізації ризик-орієнтованого підходу в аудиті оптової торгівлі (Таблиця 3.1):

Таблиця 3.1

Основні етапи реалізації ризик-орієнтованого підходу в аудиті оптової торгівлі

Етап	Характеристика
Ідентифікація основних ризиків	Першим кроком є визначення ризиків, які можуть вплинути на фінансові показники або відповідність

	<p>нормативним вимогам. Для оптової торгівлі найбільш типовими ризиками є облік товарно-матеріальних запасів, знижок і повернень товарів, а також управління дебіторською заборгованістю.</p>
Оцінка рівня ризиків	<p>Аудитор оцінює ймовірність настання кожного з ризиків та потенційні фінансові наслідки у разі його реалізації. На цьому етапі розглядаються такі аспекти, як історичні дані, типи клієнтів і постачальників, а також частота облікових порушень у певних процесах.</p>
Пріоритизація ризикових зон	<p>Визначивши рівень ризику, аудитор ранжує ризики за пріоритетністю, зосереджуючи основну увагу на тих сферах, де ризики є найвищими або можуть мати критичні наслідки для фінансових показників компанії. У контексті оптової торгівлі це можуть бути операції з надання великих знижок, облік запасів на складі або кредитні умови для клієнтів.</p>
Розробка цільових аудиторських процедур	<p>На основі пріоритетних ризиків формуються спеціальні аудиторські процедури. Наприклад, якщо високий ризик виявлено у сфері товарних запасів, процедури можуть</p>

	передбачати детальний огляд процесів зберігання, переоблік товарів або оцінку можливих втрат. Для ризиків, пов'язаних із дебіторською заборгованістю, можуть впроваджуватися процедури перевірки кредитних лімітів та умов продажу.
Моніторинг та адаптація аудиторських процедур	У міру проведення аудиту ризик-орієнтований підхід дозволяє аудиторам адаптувати свої процедури залежно від проміжних результатів. Якщо певні ризики не підтвердилися, вони можуть знизити увагу до цих зон і більше зосередитися на інших ділянках, які потребують додаткового контролю.

Переваги ризик-орієнтованого підходу в його ефективності, тобто зосереджуючи увагу на ключових ризиках, аудитори скорочують час і ресурси на перевірки незначних операцій, акцент на ризикових областях забезпечує точніше виявлення можливих помилок і шахрайства. Цей підхід дозволяє адаптувати аудиторські процедури на основі фактичних результатів і проміжних висновків. Фокус на ризиках забезпечує краще управління ризиками для компанії та підвищує її привабливість для інвесторів і кредиторів.

Для оптових підприємств важливо приділяти особливу увагу таким зонам ризику, як (Рис.3.5):

Товарно-матеріальні запаси

- висока вартість запасів і можливість їх знецінення або втрати роблять цю сферу критично важливою

Знижки та акції

- значні знижки можуть призвести до ризику недоотримання прибутку або помилок в обліку

Дебіторська заборгованість

- оптова торгівля часто передбачає відтермінування платежів, що підвищує ризик неплатежів

Рис. 3.5. Особливості застосування ризик-орієнтованого підходу в оптовій торгівлі

Таким чином, ризик-орієнтований підхід дозволяє оптимізувати роботу аудиторів, підвищити ефективність перевірок і зосередитися на найбільш критичних аспектах, які визначають фінансову стабільність і результативність оптового підприємства.

Удосконалення організації та методики аудиту в оптовій торгівлі спрямоване на підвищення якості контролю і точності фінансових перевірок. Використання ризик-орієнтованого підходу дозволяє аудиторам сфокусуватися на найбільш критичних ділянках бізнесу, таких як облік товарних запасів, контроль знижок і управління дебіторською заборгованістю. Це забезпечує ефективне використання ресурсів, підвищує надійність перевірок і дає змогу вчасно виявляти можливі порушення. Удосконалена методика також сприяє адаптивності аудиту, дозволяючи оперативно реагувати на зміну ризиків і специфіку діяльності компанії.

Висновки до розділу 3

Дослідження організації та методики аудиту в оптовій торгівлі дозволило зробити наступні висновки:

1. Торгівля є ключовою галуззю економіки, яка підтримує бізнес через купівлю-продаж товарів, орієнтуючись на прибуток. Для аудиту торгівельної діяльності важливо враховувати її особливості, такі як специфіка обліку товарних запасів, витрат та валового доходу. Відмінною рисою є облік роздрібного товарообігу у вартісному вираженні, контроль великих запасів товарів та облік витрат за статтями, що формують витрати обігу. Також валовий дохід розраховується на основі торгових націнок. Ці аспекти визначають специфіку організації обліку та аудиту у торгових підприємствах і сприяють підвищенню ефективності аудиту.

2. Аудит товарів - це комплексний процес перевірки системи обліку та контролю товарів, метою якого є забезпечення точності обліку та виявлення можливих ризиків, помилок або шахрайства. Основні етапи включають:

Фізичний огляд запасів - звірка фактичної наявності товарів із записами.

Аналіз контролю - оцінка процедур приймання, зберігання та видачі товарів.

Перевірка обліку - аналіз документів для підтвердження правильності обліку.

Виявлення помилок та шахрайства - зосередження на помилках та шахрайських діях.

Оцінка внутрішнього контролю - перевірка системи внутрішніх процедур і політик.

Аналіз фінансових показників - оцінка оборотності запасів і витрат.

Звітність і рекомендації - складання звіту з пропозиціями для покращення.

Аудит використовує різні методи (інвентаризація, перевірка документів, опитування), щоб надати об'єктивну інформацію для підвищення ефективності обліку товарів.

3. Удосконалення організації та методики аудиту в оптовій торгівлі спрямоване на підвищення якості контролю і точності фінансових перевірок. Використання ризик-орієнтованого підходу дозволяє аудиторам сфокусуватися на найбільш критичних ділянках бізнесу, таких як облік товарних запасів, контроль знижок і управління дебіторською заборгованістю. Це забезпечує ефективне використання ресурсів, підвищує надійність перевірок і дає змогу вчасно виявляти можливі порушення. Удосконалена методика також сприяє адаптивності аудиту, дозволяючи оперативно реагувати на зміну ризиків і специфіку діяльності компанії.

ВИСНОВКИ

Дослідження теоретичних та практичних основ організації та методики обліку і аудиту в оптовій торгівлі дозволило зробити наступні висновки:

1. Компанія «Актіс Груп» - постачальник дробильно-сортувального та збагачувального обладнання від провідних європейських та американських брендів таких, як Astec, CDE, Keestrack, Epiroc, а також запасних частин до ДСО та лідер ринку підрядних послуг з виробництва щебню в Україні. За 14 років досвіду роботи на українському ринку компанія має сотні успішних реалізованих проектів.

2. Компанія демонструє прагнення до зниження зобов'язань і зменшення витрат, що дозволило збільшити чистий прибуток у 2023 році навіть за умов зниження доходів. Проте суттєве скорочення доходів після 2021 року є сигналом до аналізу конкурентного середовища, попиту та перегляду стратегії продажів. Зменшення активів і скорочення персоналу свідчать про консервативний підхід у веденні бізнесу, спрямований на підвищення ефективності та рентабельності.

3. SWOT-аналіз показує, що «Актіс Груп» має сильні позиції на ринку завдяки партнерству з провідними брендами, інноваційним технологіям та оптимізації витрат. Однак компанія стикається з такими викликами, як залежність від імпорту, валютні ризики і спад доходів. Щоб використати свої можливості, компанії варто розширити географію діяльності, додати нові послуги й адаптуватися до змін на ринку. Це допоможе зміцнити конкурентні переваги, мінімізуючи ризики від економічної нестабільності та зростання конкуренції.

4. Нормативне забезпечення організації та методики обліку і аудиту в оптовій торгівлі є багаторівневим і включає закони, національні та міжнародні стандарти бухгалтерського обліку та аудиту, а також методичні рекомендації. Дотримання цих норм забезпечує прозорість, достовірність та ефективність облікових і аудиторських процесів, що сприяє підвищенню якості фінансової звітності та управління компанією.

5. Облік реалізації товарів є ключовим елементом ефективного управління оптовою торгівлею. Від точності та своєчасності документального оформлення залежить не лише фінансова звітність підприємства, але й можливість оперативного прийняття управлінських рішень. Суворе дотримання встановлених процедур і належне документальне оформлення всіх операцій є запорукою успішної діяльності підприємства в сфері оптової торгівлі.

6. Облік торговельних знижок є важливим елементом фінансового управління в оптовій торгівлі, оскільки він дозволяє відобразити реальну вартість продажу, точно обчислити прибуток та контролювати доходи. Знижки можуть надаватися з різних причин, зокрема за обсяг закупівель, передоплату або лояльність клієнта, і кожен тип знижок обліковується відповідно до його природи. У фінансовій звітності знижки можуть відображатися як зменшення доходу або як витрати на збут, залежно від моменту їх надання. Коректний облік знижок дозволяє отримати точну картину фінансових результатів компанії, оптимізувати стратегію продажів та забезпечити прозорість перед партнерами й інвесторами.

7. Удосконалення обліку в оптовій торгівлі забезпечує точність і прозорість фінансових даних, підвищує ефективність управління та оптимізує процеси. Автоматизація, впровадження аналітичного обліку за товарними групами, клієнтами та регіонами, а також стандартизація процедур дозволяють знижувати витрати, контролювати рентабельність і приймати обґрунтовані управлінські рішення. Такі кроки сприяють кращому управлінню ціноутворенням та знижками, підвищують прибутковість і дозволяють підприємству швидше адаптуватися до змін ринку.

8. Торгівля є ключовою галуззю економіки, яка підтримує бізнес через купівлю-продаж товарів, орієнтуючись на прибуток. Для аудиту торговельної діяльності важливо враховувати її особливості, такі як специфіка обліку товарних запасів, витрат та валового доходу. Відмінною рисою є облік роздрібного товарообігу у вартісному вираженні, контроль великих запасів товарів та облік витрат за статтями, що формують витрати обігу. Також валовий дохід

розраховується на основі торгових націнок. Ці аспекти визначають специфіку організації обліку та аудиту у торгових підприємствах і сприяють підвищенню ефективності аудиту.

9. Аудит товарів - це комплексний процес перевірки системи обліку та контролю товарів, метою якого є забезпечення точності обліку та виявлення можливих ризиків, помилок або шахрайства. Основні етапи включають:

Фізичний огляд запасів - звірка фактичної наявності товарів із записами.

Аналіз контролю - оцінка процедур приймання, зберігання та видачі товарів.

Перевірка обліку - аналіз документів для підтвердження правильності обліку.

Виявлення помилок та шахрайства - зосередження на помилках та шахрайських діях.

Оцінка внутрішнього контролю - перевірка системи внутрішніх процедур і політик.

Аналіз фінансових показників - оцінка оборотності запасів і витрат.

Звітність і рекомендації - складання звіту з пропозиціями для покращення.

Аудит використовує різні методи (інвентаризація, перевірка документів, опитування), щоб надати об'єктивну інформацію для підвищення ефективності обліку товарів.

10. Удосконалення організації та методики аудиту в оптовій торгівлі спрямоване на підвищення якості контролю і точності фінансових перевірок. Використання ризик-орієнтованого підходу дозволяє аудиторам сфокусуватися на найбільш критичних ділянках бізнесу, таких як облік товарних запасів, контроль знижок і управління дебіторською заборгованістю. Це забезпечує ефективне використання ресурсів, підвищує надійність перевірок і дає змогу вчасно виявляти можливі порушення. Удосконалена методика також сприяє адаптивності аудиту, дозволяючи оперативно реагувати на зміну ризиків і специфіку діяльності компанії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Скрипник, М. Є.; Шум'як, Г. В. Особливості обліку в оптовій торгівлі. *Scientific review*, 2018, 11.43: 58-67.
2. Тарасова, Т. О., et al. Первинний облік товарних операцій підприємств роздрібної торгівлі: монографія. 2015.
3. Шаровська, Т. С., & Кубік, В. Д. Питання організації обліку товарів на підприємствах оптової торгівлі. In *The 4th International scientific and practical conference "Fundamental and applied research in the modern world"* (November 18-20, 2020) BoScience Publisher, Boston, USA. 2020. 1036 p. (p. 972).
4. Малишкін, О. І. Документування як елемент методу бухгалтерського обліку в умовах діджиталізації. *Економіка і управління*, 2020, 130-138.
5. Лобунець, А. Р. Облік і оподаткування підприємств електронної торгівлі. In *Підприємництво, торгівля, маркетинг: стратегії, технології та інновації* [Електронне видання]: матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 27 травня 2020 р.) / відп. ред. АА Мазаракі. – Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. – 257 с. (p. 60).
6. Actis Group - Компанія "Актіс Груп" Дніпро. URL: <https://actis-ua.com/> (дата звернення 05.11.2024)
7. ТОВ АКТІС Україна. URL: <https://opendatabot.ua/c/38545340> (дата звернення 05.11.2024)
8. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/996-14> (дата звернення: 05.11.2024)
9. Податковий кодекс України : Кодекс України; Закон, Кодекс від 02.12.2010 № 2755-VI // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/2755-17> (дата звернення: 05.11.2024)
10. Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність : Закон України від 21.12.2017 № 2258-VIII // База даних «Законодавство України» /

Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/2258-19> (дата звернення: 05.11.2024)

11. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку : Наказ; Мінфін України від 20.10.1999 № 246 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/z0751-99> (дата звернення: 05.11.2024)

12. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку : Наказ; Мінфін України від 29.11.1999 № 290 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/z0860-99> (дата звернення: 05.11.2024)

13. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку : Наказ; Мінфін України від 31.12.1999 № 318 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/z0027-00> (дата звернення: 05.11.2024)

14. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» : Наказ; Мінфін України від 07.02.2013 № 73 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/z0336-13> (дата звернення: 05.11.2024)

15. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 2 (МСБО 2). Запаси : Стандарт; IASB від 01.01.2012 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/go/929_021 (дата звернення: 05.11.2024)

16. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 18 (МСБО 18). Дохід : Стандарт; IASB від 01.01.2012 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/go/929_025 (дата звернення: 05.11.2024)

17. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 37 (МСБО 37). Забезпечення, умовні зобов'язання та умовні активи : Стандарт; IASB від

01.01.2012 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/go/929_051 (дата звернення: 05.11.2024)

18. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо проведення аудиту фінансової звітності кредитних спілок відповідно до Міжнародних стандартів аудиту : Рішення; Аудиторська палата від 01.11.2012 № 260/6 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/go/vr_02230-12 (дата звернення: 05.11.2024)

19. Про затвердження Положення про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку : Наказ; Мінфін України від 24.05.1995 № 88 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/z0168-95> (дата звернення: 05.11.2024).

20. Про затвердження Правил перевезень вантажів автомобільним транспортом в Україні : Наказ; Мінтранс України від 14.10.1997 № 363 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/z0128-98> (дата звернення: 05.11.2024).

21. Господарський кодекс України : Кодекс України; Закон, Кодекс від 16.01.2003 № 436-IV // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/436-15> (дата звернення: 05.11.2024)

22. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій : Інструкція; Мінфін України від 30.11.1999 № 291 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/z0893-99> (дата звернення: 05.11.2024).

23. Про рекламу : Закон України від 03.07.1996 № 270/96-ВР // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/270/96-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 06.11.2024)

24. Про захист прав споживачів : Закон України від 12.05.1991 № 1023-XII // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/1023-12> (дата звернення: 06.11.2024)

25. Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів : Постанова Кабінету Міністрів України; Порядок, Перелік, Правила від 15.06.2006 № 833 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/833-2006-%D0%BF> (дата звернення: 11.11.2024).

26. Барабаш, Наталія Степанівна; Баранюк, Юрій Романович. Аудит економічної безпеки підприємств торгівлі: необхідність та особливості проведення. Проблеми і перспективи економіки та управління, 2017, 2 (10): 088-099.

27. Овчарова, Наталія; Горбань, Павло. Внутрішній аудит доходів підприємства: організаційно-методичні засади. Економіка та суспільство, 2022, 43.

28. Стахов, Олександр. Аудит руху товарів на підприємствах роздрібною торгівлі. Молодий вчений, 2018, 4 (56): 147-152.

29. Семенець, Аліна Олександрівна. Формалізація категоріально-термінологічного апарату внутрішнього аудиту на підприємствах торгівлі. Бизнес Інформ, 2019, 3 (494): 276-285.

30. Очеретько, Л. М.; Подольська, А. О. Аудит товарних запасів підприємств роздрібною торгівлі. Інноваційна економіка, 2014, 5: 296-302.