

Правдюк Н.Л., д-р екон. наук, професор
Сироватко О.В., здобувач вищої освіти ступеня магістр
Вінницький національний аграрний університет, Україна

Формування збутових витрат в обліку для потреб внутрішнього управління

Умови функціонування діяльності вітчизняних останніх років свідчать про необхідність впровадження управлінського обліку та розробці рекомендацій з організації обліку витрат збутової діяльності для потреб внутрішнього управління, аналізу конкретних показників і елементів збуту, які забезпечують конкурентні переваги виробника продукції на ринку, а саме – повної собівартості товарної продукції, доходу від продажу за окремими каналами, ціні продажу та її залежності від різних чинників.

Організація системи управлінського обліку на підприємствах дозволить вирішити два основних завдання: 1) забезпечити контроль за ефективною роботою окремих підрозділів для зіставлення отриманих доходів і витрат по кожному з них; 2) підвищити точність та ступінь деталізації облікових даних, процесу калькулювання собівартості продукції, особливо на тих підприємствах, які випускають великий асортимент продукції [1, с.24]. Роль та значимість процесу реалізації у господарській діяльності підприємства - головні, оскільки результати цього процесу визначають напрям виробничої діяльності та дають оцінку ефективності виробництва [2].

Згідно з чинними П(С)БО для визначення прибутку у фінансовій звітності та обліку обчислюється неповна собівартість продукції без урахування витрат на збут. Тому за цими даними підприємства не можуть у повній мірі судити про рентабельність і доцільність виробництва тієї чи іншої продукції.

У відповідності до національного облікового законодавства, зокрема НП(С)БО 16 «Витрати», облік збутових витрат підприємства можуть вести накопичувальним шляхом на рахунку 93 «Витрати на збут», не розмежовуючи витрати між окремими видами продукції, до яких вони відносяться, а потім списати загальною сумою на фінансові результати. Проте, для відповіді на запити управлінського персоналу, підприємство, шляхом відкриття аналітичних рахунків до рахунку 93 може здійснювати облік збутових витрат за відповідними видами реалізованої продукції. Такий підхід дасть змогу визначати повну собівартість продукції в системі управлінського обліку.

Для коректної роботи підприємства необхідно особливу увагу приділяти обліку і розподілу збутових витрат, які на момент їх здійснення не належать до конкретного об'єкта. Необхідно зазначити, що кожне підприємство визначає свою базу розподілу, виходячи з напряму діяльності та виконання запитів управлінського персоналу.

Особливо актуальним питання розподілу збутових витрат є для багатогалузевих підприємств, які мають кілька видів товарної продукції, чимало складських приміщень, автотранспортний парк по доставці своєї товарної продукції до місць реалізації, структурні підрозділи зі збуту товарної продукції.

Сума витрат на збут на таких підприємствах значна, повна собівартість продукції суттєво відрізняється від виробничої собівартості, визначеної в бухгалтерському обліку. Тому обґрунтований порядок розподілу витрат зі збуту має практичне значення. Саме до таких підприємств відноситься ТОВ «Наш Хліб Вінниця», м. Вінниця, за даними управлінського обліку якого ми визначили у відносних показниках обсяг збутових витрат у повній собівартості випічки хліба ТОВ «Наш Хліб Вінниця», м. Вінниця (рис.1).

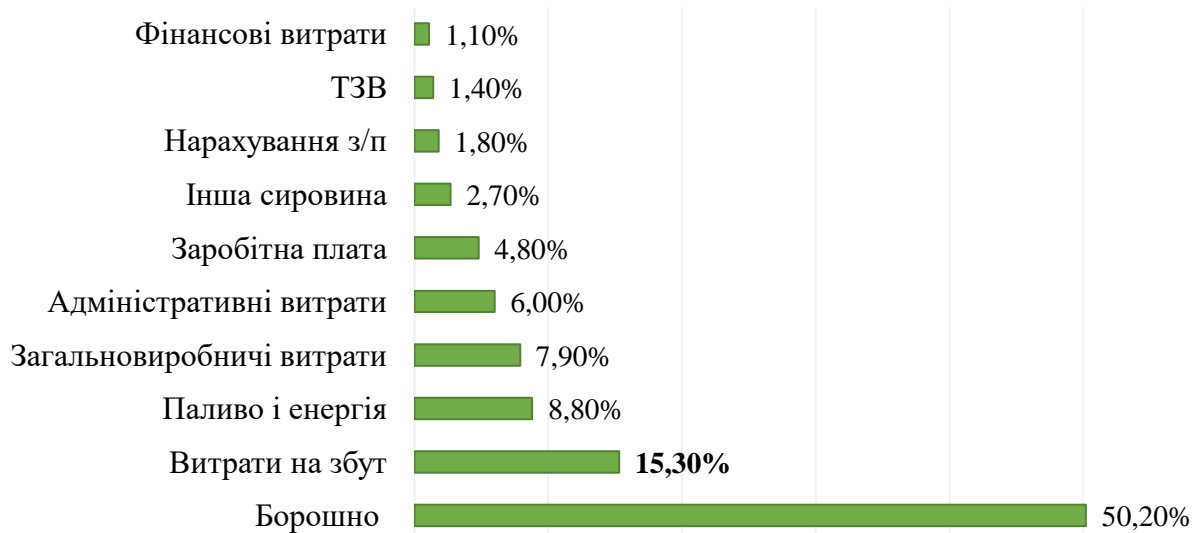


Рис. 1 Питома вага збутових витрат у структурі повної собівартості випічки хліба ТОВ «Наш Хліб Вінниця», м.Вінниця

Отже, можна зробити висновок, що обсяг збутових витрат на ТОВ «Наш Хліб Вінниця» досить значний та складає 15,30 %. Це свідчить про те, що підприємство здійснює значні витрати на просування своєї продукції на ринку, витрачаючи ресурси на рекламні заходи, маркетингові дослідження тощо.

Запропонована науковцями номенклатура витрат на збут передбачає ведення обліку цих витрат за наступними статтями: витрати на утримання робітників сфери збуту; витрати на утримання основних засобів, інших необоротних матеріальних та нематеріальних активів, пов'язаних зі збутом; витрати на передпродажну підготовку товарів; витрати на збереження, відвантаження та транспортування продукції(товарів); витрати на рекламу та маркетингову діяльність; інші витрати, пов'язані зі збутом. Звертаємо увагу, що лише стаття «витрати на передпродажну підготовку товарів» має пряме відношення до якогось конкретного виду продукції і може бути одразу включена до загальної суми витрат при визначенні повної собівартості продукції. Всі інші статті дозволяють систематизувати відповідні непрямі витрати та, очевидно, підлягають розподілу між видами реалізованої продукції, для збуту якої вони були здійснені[3].

Сума накладних витрат зі збуту може розподілятися на всі види товарної продукції підприємства пропорційно вартості (собівартості) товарної продукції, зокрема: сума накладних витрат, яка має бути віднесена на кожен окремий вид

товарної продукції, визначається множенням суми її собівартості на коефіцієнт розподілу; суму витрат зі зберігання фасованої продукції (продукції промислової переробки) вважаємо за доцільне розподіляти пропорційно площі, яку вони займають у складських приміщеннях за кожний день зберігання (кв/м –дням); сума витрат на зберігання, яка має бути віднесена на кожен окремих вид готової продукції (кількості м.кв/днів множить на коефіцієнт розподілу) [2].

Ми вважаємо, що застосування показника виробничої собівартості дає змогу знаходити сприятливіші комбінації цін та обсягів реалізації готової продукції, створює можливість проведення цінової політики, спрямованої на максимізацію обсягів збуту продукції. Однак використання реалізаційних цін, розрахованих на основі собівартості за неповними витратами, в середньо- і довгостроковій перспективі створює загрозу отримання підприємством збитків через недостатність реалізаційних цін для покриття значних обсягів поза виробничих витрат (витрат періоду). Тому для проведення ефективної маркетингової політики, визначення реалізаційних цін, які б повністю відшкодували понесені підприємством витрати та забезпечували необхідний рівень прибутку, в межах управлінського обліку виникає необхідність в отриманні інформації про повну собівартість продукції, яка враховує собівартість реалізованої продукції та витрати періоду [4, с.113].

Використовуючи попередні напрацювання, пропонуємо для ТОВ «Наш Хліб Вінниця» м.Вінниця здійснювати розподіл цих витрат для їх подальшого врахування при визначенні повної собівартості виробленої продукції пропорційно величині виробничої собівартості окремих видів готової продукції. Порядок розподілу витрат на збут та їх включення до складу повної собівартості продукції представлено на рис.2.

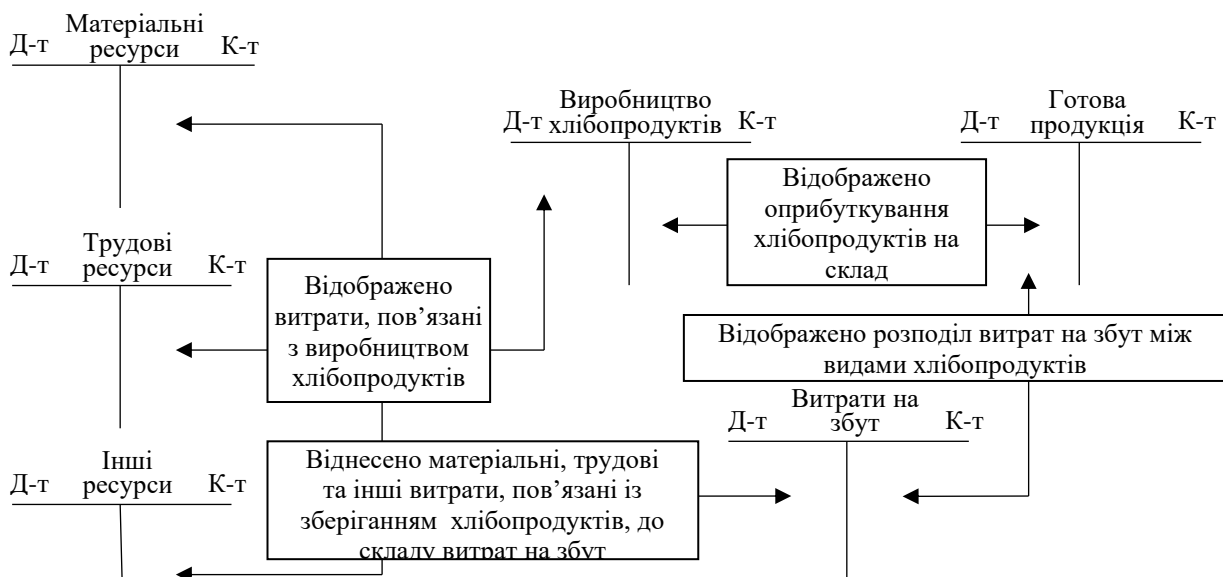


Рис. 2 Пропозиції щодо розподілу витрат на збут між видами хлібопродуктів в межах управлінського обліку на ТОВ «Наш Хліб Вінниця», м.Вінниця

Джерело: сформовано авторами за використання [4, с.115]

Такий порядок дасть змогу оперативно й точно розрахувати повну

собівартість готової продукції в розрізі її видів і сортів, посилити контроль за понесеними витратами та формувати повну собівартість виробленої продукції, що в кінцевому підсумку створює передумови для успішної реалізації маркетингової політики підприємства, спрямованої на підвищення конкурентоспроможності продукції.

Список використаних джерел:

1. Лепетан І.М. Організація управлінського обліку за центами витрат у сільськогосподарських підприємствах. Агросвіт. № 23.2019.С.19-24; 2. Облік витрат на збут : управлінський аспект. URL: <https://posibniki.com.ua/post-oblik-vitrat-na-zbut-upravlinskii-aspekt>; 3. Цал-Цалко Ю. С. Витрати підприємства: Навч. посібник. К.: ЦУЛ, 2002. 656 с.; 4. Правдюк Н.Л. Облікове забезпечення управління витратами на виробництво та реалізацію продукції садівництва. Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2021. № 3 (57). С. 103-120.

**Пуніна А.М. здобувач вищої освіти ступеня магістр*
Харківський національний економічний університет
ім. Семена Кузнеця, Україна**

Використання сучасних програмних продуктів в облікових процесах в сільськогосподарській сфері

Сучасні реалії, в яких змушені триматися вітчизняні підприємства, в тому числі і агросектор, завдає вкрай несприятливі умови. Ще в 2018 році можна було охарактеризувати вищевказану сферу як недостатньо забезпечену матеріально-технічними та інформаційними ресурсами. Лише 20-30% аграріїв використовували нові технології, зокрема до них входили: облікові програми - необхідні бухгалтерові задля обліку ресурсів, налагодження процесів виробництва тощо; облік земельних ресурсів - можуть використовувати лише ті, у кого землі від тисячі гектар, адже обчислюється фактична кількість оброблюваної площі; трекінг пального, використаного кожною технікою - поширені завдяки низькій ціні, проте проблеми, які вони виявляють багатого коштують; агрометеорологія, автопілоти та зйомка з дронів та супутників.

Процеси формування інноваційної системи в Україні, незважаючи на війну, характеризуються значним розвитком завдяки наявності комп'ютерної техніки та сучасних технологій, програмного забезпечення, впроваджених комунікацій. На даний момент необхідно поповнювати знання та навички інформаційного середовища. Ефективною базою інтегрованих автоматизованих систем менеджменту підприємства є довідкові, інформаційні, експертні системи та методи прийняття рішень, які працюють за допомогою Інтернет-середовища, персональних комп'ютерів та мобільних телефонів.

* Науковий керівник - Писарчук О.В., канд. екон. наук, доцент