

Гриценко О.І.,

к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту

ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ»

СУТНІСТЬ ВИТРАТ НА ЯКІСТЬ ОБСЛУГОВУВАННЯ

Постановка проблеми. Досягнення будь-якої мети, забезпечення кінцевого результату потребує витрат. І об'єктивність суспільного розвитку, і факти практичної діяльності, і закономірності сучасної дійсності, і логіка пізнання показують, що спочатку мають місце витрати, а потім результати, пов'язані з цими витратами. Величина витрат істотно впливає на формування фінансових результатів, з також є основою для оцінки ефективності діяльності підприємства. Тому зважене і обдумане вирішення питань щодо управління витратами на підприємстві забезпечить високий рівень ефективності його діяльності.

Розв'язання цього завдання залежить насамперед від цілого ряду чинників, зокрема формування концепції розвитку облікового відображення витрат і контрольно-аналітичного забезпечення ефективності їх здійснення. Для прийняття ефективних управлінських рішень стосовно витрат необхідно володіти достовірною інформацією щодо місця їх виникнення, центрів відповідальності, величини здійснених витрат, причин відхилень планових витрат від фактичних тощо.

У зв'язку з цим важливе значення має постійне удосконалення методики класифікації та відображення в обліку витрат підприємства від операційної діяльності, оскільки саме ці витрати займають найбільшу питому вагу у фінансово-господарській діяльності підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Цікавими й корисними у вирішенні питань формування в бухгалтерському обліку інформації про витрати підприємства є дослідження В.І. Стоцького, Бутинця Ф.Ф., Гури І.О.,

Свідерського Є.І., Колісник Г.М., Когут У.І., Примаченко О.Л., Дідик А.М., Малюги Н., Катречко М.О., Колісник Г.М., Пархоменка В. М.

Завдяки роботам цих вчених сформульовано підґрунтя для подальших наукових досліджень. Можна зазначити, що питання класифікації витрат та відображення їх в обліку досить широко відображена в наукових публікаціях, але залишається чимало дискусійних проблем, що потребують розширення і поглиблення наукового пошуку.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення основних напрямів удосконалення класифікації витрат підприємств від операційної діяльності через уточнення класифікації витрат в аналітичному обліку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Прибуток є основою і джерелом відтворення і розвитку виробничих засобів для його подальшого розвитку. Підвищити його можна, збільшуючи обсяги виробництва або ціни на продукцію (роботу, послугу), що випускається. Однак це не завжди можливо і доцільно. Тому в системі розвитку підприємства в умовах значних економічних обмежень підвищення фінансового результату безпосередньо пов'язано зі зниженням витрат.

Практично на кожному підприємстві існують резерви для зниження витрат до раціонального Рівня, що дозволяє досягти росту економічної ефективності діяльності, підвищення конкурентоздатності.

Діяльність будь-якого підприємства завжди пов'язана з певними витратами матеріальних, трудових, інформаційних, грошових та інших ресурсів на виготовлення, зберігання, транспортування, сортування, пакування, фасування та реалізацію товарів. Сукупність всіх цих витрат і складає поточні витрати підприємства.

Економічна сутність категорії «витрат» різна з точки зору нормативних документів та літературних джерел. Національні стандарти бухгалтерського обліку П(С)БО 1 та П(С)БО 16 визначають витрати як зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, які

призводять до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення власного капіталу за рахунок його вилучення або розподілу власниками) [6].

В новому вираженні сутність витрат виражається не через їх економічну природу, а через Наслідки операцій з активами та капіталом для фінансово - майнового стану підприємства. Дане визначення підтверджує існуюча методологія обліку витрат, оскільки витрати формуються, виходячи з принципу відповідності доходам в періоді, в якому їх було визнано та здійснено.

Трактування категорії «витрати» об'єднано у дві великі групи - з точки зору економічної теорії та з точки зору бухгалтерського обліку - не лише за сутністю. Кожну групу поєднує також час виникнення витрат та мета формування інформації про них.

Так, часом виникнення «витрат першої групи» можна вважати момент реального споживання ресурсів, виконаних робіт чи послуг, який супроводжується, зазвичай, відтоком коштів із підприємства. «Витрати другої групи» настають у момент документально оформленого факту зменшення активів або збільшення зобов'язань, причому витрачання грошових коштів підприємства витратами не вважається. «Витрати з точки зору економічної теорії» формуються з метою подання інформації для прийняття управлінських рішень стосовно їхнього планування, аналізу, а також для ціноутворення. «Витрати з точки зору бухгалтерського обліку» розкривають інформацію про діяльність підприємства, яку можна отримати з оприлюдненої фінансової звітності.

На нашу думку, витрати можна розглядати з двох позицій. З одного боку, витрати - це витрачена на будь-яку мету сума, з другого - вартісна оцінка використовуваних у процесів виробництва матеріалів, палива, енергії, основних засобів, трудових ресурсів та інших витрат.

У результаті господарської діяльності підприємства здійснюють різні витрати, які за своїм характером неоднаково залежать від процесу виробництва або зовсім не пов'язані з ним, але з погляду суспільних потреб є

обов'язковими. Залежно від видів діяльності підприємства, всі витрати розподіляються на дві великі групи: витрати, що виникають з процесі звичайної діяльності та витрати, що виникають в процесі надзвичайної діяльності.

Класифікація витрат - поділ витрат на класи на основі певних загальних ознак об'єктів і закономірних зв'язків між ними. Необхідність в різних класифікаціях витрат, використання різних методів їх збирання і розподілу зростає з ускладненням господарської діяльності підприємства.

Вона є передумовою успішної організації планування, обліку, контролю, аналізу та ефективного управління витратами.

Перелік і склад статей калькулювання виробничої собівартості продукції (робіт, послуг) встановлюються підприємством самостійно.

В процесі звичайної діяльності підприємства розподіляють витрати від операційної (основної) фінансової та іншої діяльності.

Операційна діяльність підприємства - це основна діяльність, яка пов'язана з виробництвом продукції (робіт, послуг) або реалізацією продукції, що є визначальною метою створення підприємства та забезпечує основну частину його доходу.

Операційні витрати складаються з:

- собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг);
- адміністративних витрат;
- витрат на збут;
- інших операційних витрат.

Згідно з Методичних рекомендацій з формування складу витрат та порядку їх планування в торгівельній діяльності, затверджених наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України, поточні витрати підприємства - це грошове відбиття витрат живої та уречевленої праці на здійснення поточної торговельно-виробничої діяльності підприємства, що за натурально - речовим складом становлять спожиту частину матеріальних, нематеріальних трудових та фінансових ресурсів [4].

Адміністративні витрати - загальногосподарські витрати, що спрямовуються на обслуговування та управління підприємством. До них належать загальні та корпоративні витрати, витрата на утримання адміністративно - управлінського персоналу тощо.

Витрати на збут - витрати, пов'язані з реалізацією (збутом) продукції (товарів, робіт, послуг). До них відносять витрати пакувальних матеріалів, витрати на ремонт тари, оплата праці та комісійні винагороди продавцям, витрата на маркетинг тощо.

Інші операційні витрати. До них відносять витрати на дослідження та розробки, собівартість реалізованої валюти, визнані штрафи та пені, безнадійні борги тощо.

Адміністративні витрати не формують собівартості виробленої і реалізованої продукції, покриваються за рахунок валового прибутку підприємства або збільшують валовий збиток.

До адміністративних витрат належать загальногосподарські витрати, що направлені на обслуговування і управління підприємством:

- витрати, пов'язані з управлінням підприємством;
- витрати на утримання та обслуговування основних засобів, інших необоротних матеріальних активів загальногосподарського призначення;
- витрати на обслуговування виробничого процесу;
- податки, збори та інші передбачені законодавством обов'язкові платежі (крім податків, зборів та обов'язкових платежів, що включаються у виробничу собівартість продукції (робіт, послуг);
- інші витрати загальногосподарського призначення, зокрема виплати на відшкодування заробітку та інших витрат у випадках завданого каліцтва або іншого ушкодження здоров'я працівників апарату управління та іншого загальногосподарського персоналу, виплата звільненим працівниками вихідної допомоги тощо.

Витрати на збут також не формують собівартості виробленої і реалізованої продукції, а покриваються за рахунок валового прибутку підприємства або збільшують валовий збиток.

До витрат на збут належать витрати, пов'язані з реалізацією (збутом) продукції (товарів, робіт, послуг), зокрема:

- витрати на утримання підрозділів підприємства, що пов'язані зі збутом продукції;

- витрати на утримання, ремонт та експлуатацію основних засобів, інших необоротних матеріальних активів та нематеріальних активів, пов'язаних зі збутом продукції;

- витрати, пов'язані з транспортуванням, перевалкою та страхуванням готової продукції;

- витрати, пов'язані з забезпеченням правил техніки безпеки та охорони праці;

- фактичні витрати на гарантійний ремонт та гарантійне обслуговування продукції або гарантійні заміни проданих товарів;

- витрати на проведення передпродажних та рекламних заходів та на дослідження ринку стосовно товарів (робіт, послуг), що продаються підприємством;

- витрати на зберігання, навантаження, розвантажування й пакування продукції;

- податки та збори;

- інші витрати, пов'язані із збутом продукції [6].

Класифікація витрат не вичерпується наведеним переліком, а є набагато ширшою. Багатогранність ознак, за якими групують витрати, зумовлена потребами, що постають перед користувачами такої інформації, щодо управлінських рішень менеджерами в пошуку резервів зниження виробничих витрат.

Найбільш розповсюдженим переліком статей витрат на збут є витрати на оплату праці працівників; відрахування на соціальні заходи (відрахування

єдиного внеску); витрати на утримання основних засобів, інших матеріальних необоротних активів; амортизація нематеріальних активів, витрати на паливо, газ, електроенергію для виробничих потреб; витрати на зберігання, підсортування, оброблення, пакування і передпродажну підготовку товарів; втрати товарів у межах норм природного убутку; витрати на маркетинг та рекламу; витрати на тару; інші витрати.

Ведення аналітичного обліку витрат на збут за статтями значно полегшує здійснення контролю, аналізу та визначення резервів підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства.

Разом з цим, зазначений перелік статей витрат на збут не дає можливості оцінити якість обслуговування населення. Саме цей фактор, на нашу думку, є концептуальним у діяльності підприємства, від нього залежать кінцеві фінансові результати, перспективи розвитку підприємства, можливості досягти головної мети діяльності у майбутньому.

Можна стверджувати, що витрати на якість обслуговування в певній мірі ототожнюють витрати на маркетинг та рекламу. Для з'ясування змісту даних проведемо порівняння їх складових.

Маркетинг - комплексна система заходів по організації управління виробничо-збутовою діяльністю, що ґрунтується на вивченні ринку з метою максимально можливого задоволення потреб покупців [3].

Реклама - повідомлення про конкретний товар, послугу; комерційна пропаганда споживчих властивостей товару з метою стимулювання його продажу [3].

Базовою "філософією" стратегічного управління такими економічними утвореннями, як відомо, є підхід і аналіз. Зокрема, системний підхід разом з системною парадигмою пропонує планування, оцінки і реалізації управлінських рішень розглядати з позиції системної концепції. Відповідно до системної концепції, головним критерієм функціонування економічного є кінцевий результат, що отримується при врахуванні всього набору ресурсів, які залучаються для досягнення мети.

В сучасних умовах господарювання маркетинг підприємствами майже не проводиться, а всі його заходи зводяться до пошуку постачальників з найбільш вигідними умовами контрактів. Реклама спрямовується на пропаганду тих товарів, що в найменшій мірі користуються попитом.

Якість обслуговування необхідно розглядати з позиції рівня задоволення ним населення. При цьому одним із способів, у який можна формувати стратегію конкуренції торгового підприємства, є пошук для себе сприятливих покупців. Існує два фундаментальні способи залучення покупців. Перший полягає у збільшенні додаткової вартості, яку підприємство створює для покупців. Цей спосіб передбачає застосування певних тактичних прийомів: використання ефективних методів продажу; споживчого кредиту; доставка товарів на замовлення; встановлення технічно складних товарів на місцях, які вказують покупці; надання додаткових послуг (зберігання куплених товарів, упакування їх, різні консультації тощо).

Другий спосіб залучення покупців полягає в приверненні уваги покупців до функцій товару чи послуги. Наприклад, покупцеві не тільки демонструють корисні властивості товару, а й доводять, що ціна включає ціну перепродажу, перевезення, упакування тощо.

Торговельне підприємство, розробляючи власну стратегію конкуренції, повинне виходити з того, що вона є цілісною системою, і враховувати вплив усіх факторів, які забезпечують підприємств істотну перевагу або спричиняють втрату позицій.

Витрати на якість обслуговування мають забезпечити найкраще пристосування до задоволенні невеликих за обсягом потреб конкретного покупця: можливості зміни асортименту товарів, працювати у зручні для покупця години тощо.

Висновки з даного дослідження. Необхідність дослідження витрат є актуальним питанням і сучасних умовах господарювання. Сутність витрат діяльності підприємства виражається через наслідки операцій з його активами та капіталом. Класифікація витрат дає змогу виявляти допущені прорахунки

у формуванні їх, прогнозувати на перспективу, забезпечувати ефективний контроль їхньої доцільності.

Оцінити ефективність розробленої конкурентної стратегії можна на основі аналізу "вартість - ефективність", який ґрунтується на прагненні порівняти обсяги доходів на одиницю ресурсу і який буде використано для кожного із запланованих заходів.

З метою покращання аналітичного обліку витрат від операційної діяльності запропоноване ввести в перелік статей витрати на якість обслуговування, що дозволить здійснювати контроль зг якісним обслуговуванням населення і як наслідок приведе до підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності.

Загальною оцінкою результативності застосування конкурентної стратегії на торговельному підприємстві є позитивні показники ефективності фінансово-господарської діяльності та високий рівень культури обслуговування.

Література

1. Голов С.Ф. Бухгалтерський облік та фінансова звітність за міжнародними стандартами: практичний посібник / С.Ф. Голов, В.М. Костюченко. - К. : Лібра, 2004. - 880 с.
2. Дідик А.М. Класифікація витрат для цілей управлінського та бухгалтерського обліків / А.М. Дідик, С.Б. Гнатів // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". - 2007. - №594. -С.219-228.
3. Довідник підприємця. (Укладачі: М,Ф. Черенок, Т.Ф.Зайченко).- К.: Журналіст України -Сервісрічтранс - Слово, 1992,- 114С.
4. Методологічні рекомендації з формування складу витрат та порядку їх планування в торгівельній діяльності, затверджений наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 22.05.2002р. №145 // Бібліотека головбуха. Облік в торгівлі. - 2002. - № 16. - с.18.
5. Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку 2000: Поєний текст усіх Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку та Тлумачень ПКТ станом

на 1 січня 2000 р. ; за ред. С.Ф. Голова. -[пер. з англ.]. - К. : Федерація професійних бухгалтерів і аудиторів України, 2000. - 1272 с.

6. Положення (стандарти) бухгалтерського обліку : спецвипуск II Все про бухгалтерський облік. -К.,2005.

7. Пархоменко В.М. Якість продукції як економічна категорія: проблеми визнання / В.М.Пархоменко // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: економічні науки.-Житомир: ЖДТУ, 2009. - № 1(47). -С.93-100.

8. Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні: Закон України від 18.07.99 р. № 996-XIV // Відомості Верховної ради, 1999, № 40.

Гриценко, О.І. Сутність витрат на якість обслуговування [Текст] / О.І. Гриценко // Інноваційна економіка. – 2012. - № 5 (31). - С. 133-137.