

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК І АУДИТ

УДК 339.138:657.471:002

© Лукан О. М., 2015

ДВНЗ “Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника”, Івано-Франківськ

ДОКУМЕНТУВАННЯ ОБЛІКУ ВИТРАТ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Розкрито значення документування в системі бухгалтерського обліку витрат маркетингової діяльності. Доведено необхідність розробки і групування первинних документів обліку маркетингових витрат. Наведено основні вимоги до первинної документації господарських операцій маркетингової діяльності в сучасних умовах господарювання.

Ключові слова: документування, первинний облік, витрати маркетингової діяльності, обліковий процес, якість інформації.

Постановка проблеми. В умовах конкурентного середовища для утримання та зміцнення своїх позицій на ринку підприємство повинно проводити маркетингову діяльність. Для аналізу ефективності витрат на маркетинг необхідна якісна інформаційна база, яку формує система бухгалтерського обліку. Першочерговим етапом системи обліку є процес документування фактів господарських операцій, від ефективної організації якого залежить якість подальшої облікової інформації поточного та підсумкового обліку.

Аналіз останніх джерел і публікацій. Загальні питання обліку витрат досліджували відомі вітчизняні науковці: Ф. Ф. Бутинець, С. Ф. Голов, Г. Г. Кірейцев, Є. В. Мних, М. В. Кужельний, Л. В. Нападівська, В. В. Сопко, М. С. Пушкар та інші. Проблеми документування обліку витрат маркетингової діяльності розглядали різні вчені в розрізі окремих елементів маркетингових витрат. Зокрема, О. В. Данілочкіна та Л. С. Шатковська досліджували документування операцій із реалізації продукції в умовах розвитку форм збутової діяльності [6]; І. Ю. Тимрієнко аналізує організацію бухгалтерського обліку витрат на якість продукції в частині облікових номенклатур та розподіл посадових обов'язків [5]; О. О. Височан розглядає документування обліку витрат на підготовку й освоєння виробництва нової продукції [1] та інші.

Виділення нерозв'язаних раніше частин загальної проблеми. Отже, проблеми документування обліку витрат маркетингової діяльності лишаються поза увагою науковців і недостатньо розглянені, що й зумовлює актуальність нашого дослідження.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження процесу документування та обґрунтування необхідності розробки та групування первинних документів обліку витрат маркетингової діяльності підприємств хлібопекарської галузі.

Викладення основного матеріалу дослідження. Облік витрат маркетингу залежить від організації етапів облікового процесу (рис. 1). Систему бухгалтерського обліку складає первинна та вторинна інформація. Первинна інформація відіграє важливу роль, оскільки виникає безпосередньо у процесі здійснення господарських операцій і виступає базою ведення бухгалтерського обліку на підприємстві. Така інформація міститься в первинних документах і є підставою для відображення на рахунках бухгалтерського обліку даних щодо обсягу витрат на маркетингові заходи. Під вторинною розуміють інформацію, отриману в результаті опрацювання первинних даних, яка відображається в облікових реєстрах і звітності.

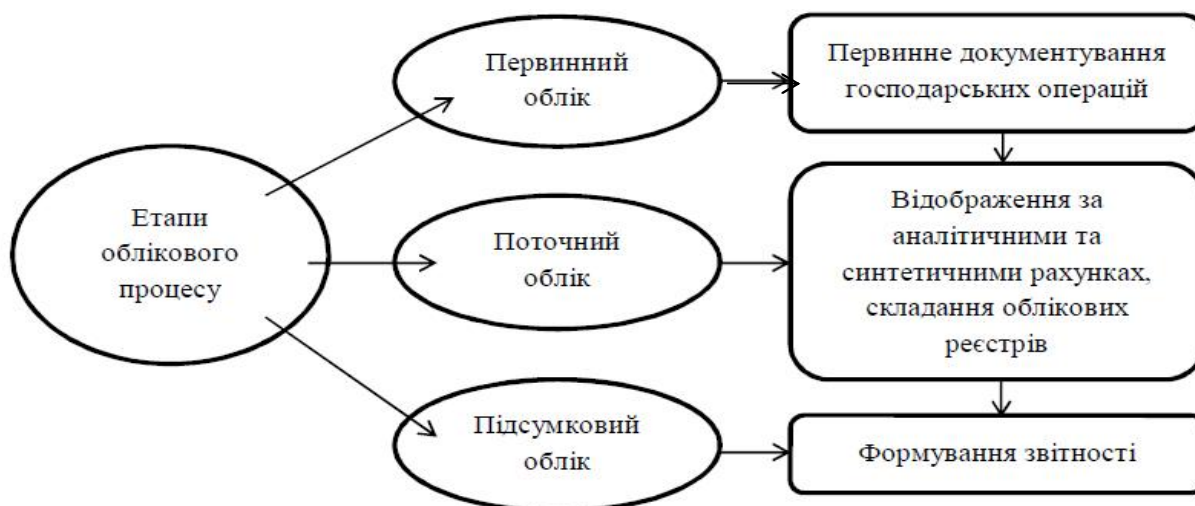


Рис. 1. Характеристика етапів облікового процесу [власна розробка]

В обліковому процесі первинний облік відіграє важливу роль, оскільки забезпечує неперервне відображення фактів маркетингової діяльності та витрат на її проведення. Подальше відображення господарських операцій стосовно маркетингових витрат на рахунках бухгалтерського обліку проводиться на основі підтверджуючих первинних документів.

Документування в обліку розглядають як сукупність первинних документів, у яких відображаються господарські операції підприємства. Отже, документування витрат маркетингової діяльності – це процес безперервного відображення фактів господарських операцій маркетингової діяльності на підприємстві. Відповідно до Закону України “Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні”, під господарською операцією розуміється дія або подія, яка викликає зміни в структурі активів та зобов’язань, власному капіталі підприємства [2, ст. 1].

Виходячи з наведеного визначення до господарських операцій маркетингової діяльності належить відносити дії або події, пов’язані із проведенням різного роду маркетингових заходів та управлінням маркетингу загалом, що зумовлюють зміну активів, зобов’язань і власного капіталу підприємства. Зокрема, це витрати товарної та цінової політики, комунікаційних заходів, збутових операцій тощо.

Документування витрат маркетингової діяльності включає сукупність документів, у яких відображаються господарські операції пов’язані із маркетингом, а саме: витрати на маркетингові дослідження ринку, рекламні заходи, стимулювання збуту, система знижок, брак продукції та його виправлення або відшкодування, адміністративні витрати маркетингової діяльності, розрахунки з оплати праці та соціального страхування працівникам відділу маркетингу (збуту), амортизаційні відрахування та ремонт основних засобів, нематеріальних активів тощо.

Документи в системі бухгалтерського обліку є базою та виступають беззаперечним доказом здійснення господарської операції маркетингової діяльності на підприємстві. Важливий аспект в організації первинного обліку витрат маркетингу – розмежування первинних документів на основні та супровідні. До основних документів належить відносити накази (розпорядження) керівника підприємства, договори, рахунки, а до супровідних – накладні, акти, розрахункові документи тощо. Основні документи дозволяють проводити оперативний облік і управляти обсягом витрат маркетингової діяльності.

Крім документування, первинний облік витрат маркетингу передбачає також стадію першочергового опрацювання інформації в первинних документах стосовно витрат маркетингової діяльності. Як показує практика, на сьогодні однією з основних проблем первинного обліку маркетингових витрат є недостатня організованість системного підходу до відображення первинних даних щодо понесених витрати підприємства на маркетингову діяльність. Облікові первинні дані частково дублюються і не забезпечують якісною інформацією бухгалтерські служби, що впливає на ефективність обліку й управління маркетинговими витратами. Для вирішення даної проблеми необхідне затвердження на підприємстві переліку первинних документів відповідно до запланованих маркетингових заходів і витрат на їх проведення.

Документація є початковим етапом обліку, елементом методу бухгалтерського обліку, способом первісного відображення об’єктів витрат маркетингу, що дозволяє проводити безперервне управління. Процес документування чітко регламентується діючим законодавством. Зокрема, Законом України “Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні” визначено обов’язковість складання первинних документів під час здійснення господарської операції, а якщо це неможливо безпосередньо після її закінчення. Частиною другою статті 9 даного

Закону регламентовано обов'язкові реквізити первинних документів [2, ст. 9].

Положення про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку від 24.05.1995 р. № 88 установлює порядок створення, прийняття і відображення у бухгалтерському обліку, а також зберігання первинних документів, облікових реєстрів, бухгалтерської звітності підприємствами, їх об'єднаннями та госпрозрахунковими організаціями (крім банків) незалежно від форм власності, установ та організацій, основна діяльність яких фінансується за рахунок коштів бюджету [4]. Податковий кодекс України встановлює основні вимоги до підтвердження даних, визначених у податковій звітності [3, ст. 44].

Як бачимо, регламентування процесу документування із боку держави достатнє, однак, як показує практика, на вітчизняних підприємствах більша увага приділяється узагальнюючому обліку для формування фінансової та податкової звітності. У результаті чого унеможливується контроль за витратанням коштів, оскільки неодноразово наведено в реєстрах обліку інформацію не можна звірити у зв'язку з відсутністю підтверджуючих первинних документів.

Для ефективної організації первинного обліку необхідно розробляти форми первинних документів, інструкції стосовно їх оформлення та затверджувати їх перелік з групами. На нашу думку, доцільне групування форм первинних документів за окремими операціями комплексу облікового забезпечення й управління маркетинговою діяльністю в цілому (табл. 1). Дане групування первинних документів дозволить чітко ідентифікувати маркетингові витрати за функціями і забезпечить їх подальше відображення в поточному обліку.

Відзначимо, що інформація первинної документації, окрім підтвердження фактів, також цінна для аналізу і дає можливість визначати, як узагальнюючі показники витрат маркетингової діяльності загалом, так і за окремими маркетинговими заходами.

У сучасних умовах господарювання із підвищенням ролі документування зростають вимоги до оформлення первинних документів. До основних вимог первинного документування господарських операцій маркетингової діяльності належать:

- своєчасність складання первинних документів;
- повне висвітлення господарських операцій маркетингу;

Таблиця 1

Рекомендована номенклатура первинних документів обліку витрат у розрізі облікового забезпечення й управління маркетинговою діяльністю підприємств хлібопекарної галузі

	№ п/п	Господарська операція маркетингової діяльності	Первинний документ
Збут продукції	1.	Реалізація готової продукції	Договір поставки, товарно-транспортна накладна, платіжні документи
	2.	Витрати на перевезення готової продукції (паливно-мастильні матеріали)	Дорожний лист, розрахунковий чек
	3.	Закупівля пакувальних матеріалів, тари	Акт оприбуткування пакувальних матеріалів, платіжні документи
	4.	Нарахована заробітна плата продавцям, торговим агентам, водіям та іншим працівникам збуту	Трудова угода, табель обліку робочого часу, подорожній лист, акт приймання виконаних робіт, розрахунково-платіжна відомість працівника
	5.	Відпуск матеріалів на ремонт тари	Акт списання матеріальних цінностей, накладна на внутрішнє переміщення матеріальних цінностей
	6.	Відрядження працівника збуту	Авансовий звіт і підтверджуючі документи понесених підзвітною особою витрат
Товарна та цінова політика	1.	Витрати на маркетингові дослідження, проведені власними силами і на замовлення	Акти виконаних робіт, рахунки, розрахунково-платіжна відомість працівника
	2.	Удосконалення приладів та обладнання, призначені для проведення контролю якості продукції	Акт виконаних робіт, рахунок
	3.	Систематизація даних про витрати на якість продукції	Розрахунково-платіжна відомість працівника
	4.	Списана вартість бракованої продукції	Акт ліквідації, накладна

	5.	Витрати на виправлення браку	Акт списання матеріальних цінностей, наряд на відрядну роботу
	6.	Задоволення рекламаций	Рекламація, платіжне доручення, розрахункова квитанція
	7.	Аналіз цінової політики конкурентів, розробка цінової політики	Розрахунково-платіжна відомість працівника
	8.	Надання знижок покупцям	Договір поставки, купівлі-продажу, рахунки із зазначенням знижки, наказ (розпорядження) керівника підприємства про систему знижок, розрахунок бухгалтерії
Комунікаційна політика	1.	Замовлення рекламних послуг	Рахунки, акти виконаних робіт (наданих послуг),
	2.	Витрати на створення та обслуговування інтернет-сайту	Акт виконаних робіт, рахунки, Розрахунково-платіжна відомість працівника
	3.	Участь у ярмарках	Наказ (розпорядження) керівника підприємства про участь у виставці, договір на участь у ярмарку, звіт про участь у ярмарку, авансовий звіт працівника
	4.	Проведення дегустації продукції з метою рекламної діяльності	Акт списання, наказ керівника, звіт відповідальних осіб за проведення дегустації, накладні
	5.	Замовлення рекламних матеріалів (листівки, брошури тощо)	Акт виконаних робіт, рахунки
	6.	Реклама у засобах масової інформації та інші види рекламних послуг	Рахунки, акти виконаних робіт (наданих послуг)
Управління маркетинговою діяльністю	1.	Амортизація основних засобів та нематеріальних активів відділу маркетингу (збуту)	Розрахунок амортизації основних засобів і нематеріальних активів
	2.	Оплата за опалення, освітлення, водопостачання, телефонний зв'язок тощо	Договори, рахунки, платіжні документи
	3.	Ремонт основних засобів відділу маркетингу (збуту)	Акт виконаних робіт, рахунки, платіжні документи, акт списання матеріальних цінностей
	4.	Канцелярське приладдя та інші МШП відділу маркетингу (збуту)	Накладні, товарно-транспортні накладні, платіжні документи
	5.	Оплата праці працівникам відділу маркетингу (збуту) та витрати на соціальне страхування	Трудова угода, табель обліку робочого часу, розрахунково-платіжна відомість
	6.	Оплата праці маркетологу або менеджера по збуту на підприємстві та витрати на соціальне страхування	Трудова угода, табель обліку робочого часу, розрахунково-платіжна відомість працівника

Джерело: розроблено автором

– змістовність, наведення кількісних і якісних даних стосовно маркетингових витрат;
 – підтвердження факту витрат;
 – законність проведених господарських операцій маркетингової діяльності;
 – наявність обов'язкових реквізитів первинних документів.

Для спрощення й уникнення дублювання первинної інформації в документах виникає необхідність розробки та використання власних форм первинних документів із урахуванням специфіки організації облікового процесу, графіку документообігу тощо. Розробка власних бланків первинних документів повинна ґрунтуватися на загальних вимогах

документування та містити обов'язкові і додаткові реквізити. Чисельність і зміст додаткових реквізитів залежатиме від характеристики господарських операцій маркетингової діяльності.

Важливим аспектом процесу документування є затвердження графіка документообігу на підприємстві. Даний локальний акт забезпечує упорядкування документів і регламентує об'язки відповідальних осіб стосовно складання первинних документів, оскільки документування господарських операцій здійснюється в переважній більшості не працівниками бухгалтерії, а служби маркетингу (збуту), маркетологами та безпосередніми виконавцями маркетингових заходів.

На думку О. В. Данілочкіної та Л. С. Шатковської, кожного виконавця необхідно забезпечити графіком документообігу із зазначенням функціональних обов'язків щодо формування первинних документів. Службові особи повинні бути поінформовані про відповідальність за неякісне складання документів, несвоєчасне їх подання, недостовірність даних у наведених документах, при цьому в Положенні про оплату праці необхідно передбачити адміністративні стягнення за порушення графіка документообігу [6, с. 322].

Враховуючи вищенаведене, для поліпшення первинного обліку вважаємо за доцільне на підприємствах у Положенні про службу маркетингу (збуту) та в Посадових інструкціях визначити обов'язки працівників стосовно

складання первинних документів, строки подання, відповідальність тощо. Це дозволить забезпечити відмінне та своєчасне документування господарських операцій працівниками відділу маркетингу (збуту), маркетологами та менеджерами зі збуту на підприємстві.

Отже, ефективна організація процесу документування забезпечує систему бухгалтерського обліку інформацією, здатною впливати на управлінські рішення. Організація первинного обліку є базовою ланкою облікового процесу витрат маркетингової діяльності, від рівня якої залежить якість облікової інформації.

Висновки та перспективи подальших досліджень Підсумовуючи вищенаведене, можна зробити висновки, що процес документування обліку маркетингових витрат відіграє важливу роль, оскільки є не лише основою подальшого відображення в системі бухгалтерського обліку, але й забезпечує управлінський персонал інформацією про витрати маркетингу для оперативного контролю та аналізу ефективності.

Проведене нами дослідження свідчить, що, незважаючи на належний рівень регламентації з погляду нормативно-правового забезпечення процесу документування має місце недостатньо ефективна система організації первинного обліку. Тому доцільними й ефективними, на нашу думку, є процеси розробки первинних документів і групування їх за окремими операціями комплексу маркетингу підприємств хлібопекарної галузі.

Список літератури:

1. Височан О. О. Документування обліку витрат на підготовку та освоєння виробництва нової продукції / О. О. Височан // Економічний вісник Донбасу. – 2014. – № 1. – С. 188 – 193.
2. Закон України “Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні” від 16.07.1999 р. № 996-14 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.
3. Податковий кодекс України від 02.12.10 р. № 2755-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
4. Положення про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку. Затверджено наказом Міністерства фінансів України від 24.05.1995 р. № 88 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0168-95>.
5. Тимрієнко І. Ю. Організація бухгалтерського обліку витрат на якість продукції: облікові номенклатури та розподіл посадових обов'язків / І. Ю. Тимрієнко // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу : міжнародний збірник наукових праць. – 2011. – Вип. 3 (21). – С. 365 – 271.
6. Шатковська Л. С. Документування операцій з реалізації продукції в умовах розвитку форм збутової діяльності / Л. С. Шатковська, О. В. Данілочкіна // Науковий вісник НУБіП України. – 2012. – Вип. 169. – С. 320 – 325.

Анотація

Александра Лукан

ДОКУМЕНТИРОВАНИЕ УЧЕТА РАСХОДОВ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Раскрыто значение документирование в системе бухгалтерского учета расходов маркетинговой деятельности. Обоснована необходимость разработки и группировки первичных документов учета маркетинговых расходов. Приведены основные требования к первичной документации хозяйственных операций маркетинговой деятельности в современных условиях хозяйствования.

Ключевые слова: документирование, первичный учет, расходы маркетинговой деятельности, учетный процесс, качество информации.

Summary

Oleksandra Lukan

DOCUMENTING OF ACCOUNT OF EXPENDITURE OF MARKETING ACTIVITY

The value of documenting is exposed in the system of record-keeping of charges of marketing activity. The necessity of development and grouping of primary documents of account of marketing charges is well-proven. The basic requirements over are brought to primary documentation of economic operations of marketing activity in the modern terms of menage.

Keywords: documenting, primary account, expenditure of marketing activity, registration process, quality of information.