

# Секція 1 **БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ**

УДК 657.47:658.86/87

**Л.М. Янчева**, канд. екон. наук, проф.

**В.І. Оспішев**, канд. екон. наук, проф.

**Н.М. Гаркуша**, ст. викл.

## **ФАКТОРНИЙ АНАЛІЗ ВИТРАТ НА ЗБУТ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ**

*Узагальнено висвітлені в економічній літературі методики аналізу витрат на збут, прийняті у вітчизняній та зарубіжній науковій і практичній літературі.*

*Обобщены изложенные в экономической литературе методики анализа расходов на сбыт, принятые в отечественной и зарубежной научной и практической литературе.*

*The techniques of the analysis of expenses on the sale stated in the economic literature are generalized in the article. This techniques are accepted in domestic and foreign scientific and practical literature.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Торгівля є однією з найбільш розвинутих галузей економічної діяльності. В Україні кількість торгових підприємств як оптових, так і роздрібних зростає з кожним роком. Від того, наскільки вчасно та грамотно буде проведено аналіз діяльності торговельного підприємства, залежить його функціонування у майбутньому.

Потреба в аналітичній інформації значно зростає в умовах ринкових відносин. Це пов'язано, насамперед, з необхідністю розроблення й обґрунтування перспективних бізнес-планів підприємства, комплексної оцінки ефективності короткострокових і довгострокових управлінських рішень. Особливо важливого значення набуває вирішення завдань, які стоять перед оперативним керуванням господарською системою, зокрема, витратами на збут.

Витрати значною мірою впливають на фінансовий результат підприємства та можливості його подальшого розвитку. Вони є основним показником діяльності підприємства, який обмежує обсяг прибутку. Витрати визначають мінімальну ціну товару, впливають на конку-

рентоспроможність підприємства. А «низька конкурентоспроможність економіки – чинник гальмування економічного розвитку» [1]. «В целом полезные затраты предприятия самым непосредственным образом определяют возможности его развития» [2].

Отже, у системі управління торговельним підприємством зниженню суми витрат на збут повинна приділятися велика увага. Методика аналізу витрат, яка застосовується на підприємствах, не повною мірою відповідає сучасним вимогам. Тому передумовою здійснення якісного процесу управління витратами на збут є наявність єдиної методики факторного аналізу з урахуванням специфіки діяльності підприємств роздрібно́ї торгівлі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми аналізу витрат приділяли і приділяють значну увагу вітчизняні та зарубіжні науковці і практики, зокрема: В.А. Чернов, Ф.Ф. Бутинець, І.О. Бланк, М.Г. Чумаченко, А.В. Калина, А.А. Мазаракі, Л.І. Кравченко, Г.О. Партин, М.І. Баканов, А.Д. Шеремет, Н.П. Любушин, К. Друрі, Г. Бірман, С. Шмідт та ін. Їхні дослідження зосереджено на визначенні сутності та змісту витрат основної діяльності і методичних підходів з оцінки їх економічної ефективності. При цьому недостатньо уваги приділяється специфіці діяльності підприємств роздрібно́ї торгівлі і особливостям окремих статей витрат на збут. Тому методика аналізу витрат на збут потребує додаткових досліджень, а саме: розробки методики факторного аналізу витрат на збут, виявлення резервів зниження витрат з тим, щоб сприяти беззбитковій і рентабельній діяльності торговельних підприємств, виявлення взаємозв'язків між факторами, що впливають на витрати на збут.

Необхідність практичного вирішення завдань ефективного управління витратами на збут обумовлюють актуальність і цільову спрямованість дослідження.

**Мета та завдання статті.** Мета і завдання цієї статті – розробка методики факторного аналізу витрат на збут підприємств роздрібно́ї торгівлі, що передбачає обґрунтування системи показників для аналізу, розробка методики факторного аналізу суми і рівня витрат на збут торговельного підприємства, як в цілому, так і за окремими їх видами.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Витрати на збут є складовою поточних витрат торгового підприємства, які за економічною природою являють собою сукупність витрат живої й уречевленої праці, зв'язаних зі здійсненням поточної торгово-виробничої діяльності, і за натурально-речовинним складом характеризують спожиту частину матеріальних, нематеріальних, трудових і фінансових ресурсів. До цих витрат належать витрати, що безпосередньо пов'язані зі збутом

товарів. Витрати, що понесло підприємство в процесі збуту товарів, відповідно до п. 19 П(С)БО 16 «Витрати» підлягають угрупованню за номенклатурою статей витрат [3, с.195].

На наш погляд, глибина аналізу, його періодичність і детальність визначаються потребами управління, при цьому він може проводитися як в цілому по підприємству, так і за окремими підрозділами та видами витрат. При цьому слід зазначити, що ефективність аналізу значною мірою залежить від систематичності його проведення. Це забезпечить: вивчення динаміки витрат у цілому по підприємству та в розрізі статей відповідно до динаміки товарообігу; вивчення структурних зрушень у складі витрат та окремих статей; визначення суми абсолютної та відносної економії або перевитрат; кількісну оцінку впливу факторів на обсяг і рівень витрат.

Джерелами інформації про витрати підприємства є дані бухгалтерського обліку, первісна документація про витрати, дані аналітичного обліку витрат, відомості про зміну цін, тарифів і ставок за послуги, рівень інфляції, річна і квартальна бухгалтерська звітність – форма № 2 «Звіт про фінансові результати».

Аналіз витрат може здійснюватись за загальною сумою і середньому рівню витрат, за статтями, елементами, по групам витрат (постійні, змінні). При цьому доцільно використовувати як абсолютні (сума витрат), так і відносні (рівень витрат, витратовіддача, рентабельність витрат).

Під час аналізу витрат за статтями та елементами визначають їх частки в загальній сумі витрат, здійснюють динамічні порівняння за сумами та частками, виявляють економію або перевитрату по кожній статті або елементу, визначають статті та елементи з найбільшою часткою для прийняття заходів по їх економії.

Під час проведення аналізу витрат на збут за складом і структурою пропонуємо використовувати систему аналітичних показників, основними з яких є:

- абсолютна і відносна зміна суми і рівня витрат на збут;
- темп зміни суми і рівня витрат на збут;
- відносна економія (перевитрата) суми і рівня витрат на збут.

З наведених аналітичних показників особливої уваги потребує визначення відносної економії (перевитрати) за сумою і рівнем витрат. Для об'єктивності обчислення цього показника вважаємо необхідним урахувувати залежність окремих статей витрат на збут від обсягу товарообороту.

На практиці величина відносної економії (перевитрати) за сумою витрат на збут  $\left( E(\Pi)_{B3}^{відн} \right)$ , як правило, визначається виходячи з

фактичного обсягу товарообороту і розміру зміни рівня витрат на збут:

$$E(\Pi)_{B3}^{\text{відн}} = \frac{\Delta P_{B3} \times \text{ЧТ}_1}{100}, \quad (1)$$

де  $\text{ЧТ}_1$  – фактичний обсяг чистого товарообороту торговельного підприємства в звітному періоді;  $P_{B3}$  – рівень витрат на збут, % до обороту.

Але недоліком розрахунку величини відносної економії (перевитрати) вищенаведеним способом є те, що не враховується ступінь залежності окремих статей витрат на збут від обсягу торгової діяльності. Тому відносну економію (перевитрату) суми витрат на збут, що враховує ступінь їх еластичності до товарообороту, пропонуємо визначати методом коригування на основі таких алгоритмів:

$$E(\Pi)_{B3}^{\text{відн}} = B3_1 - B3_{\text{БК}} = B3_1 - (B3_{0\text{БКТ}_1}^{3\text{М}} + B3_0^{\text{пост}}), \quad (2)$$

$$\text{а) } B3_{0\text{БК}}^{3\text{М}} = B3_0^{3\text{М}} \times I_{\text{ЧТ}}, \quad (3)$$

$$\text{б) } B3_{0\text{БК}}^{3\text{М}} = \frac{P_{B3_0^{3\text{М}}} \times \text{ЧТ}_1}{100}, \quad (4)$$

де  $B3_{\text{БК}}^{3\text{М}}$  – базисна сума умовно-змінних витрат на збут, відкоригована на фактичний обсяг чистого товарообороту, тис. грн;  $B3_0^{3\text{М}}$ ,  $B3_0^{\text{пост}}$  – відповідно, базисні умовно-змінні й умовно-постійні витрати на збут, тис. грн;  $P_{B3_0^{3\text{М}}}$  – базисний рівень умовно-змінних витрат на збут, % до обороту.

Відносна економія (перевитрата) рівня витрат на збут  $\left( E(\Pi)_{P_{B3}}^{\text{відн}} \right)$  розраховується за формулою:

$$E(\Pi)_{P_{B3}}^{\text{відн}} = P_{B3_1} - P_{B3_{0\text{БК}}} = P_{B3_1} - (P_{B3_0^{3\text{М}}} + P_{B3_{0\text{БК}}}^{\text{пост}}), \quad (5)$$

$$P_{ВЗ_{ОВК}^{пост}} = \frac{ВЗ_0^{пост}}{ЧТ_1} \times 100, \quad (6)$$

де  $P_{ВЗ_{ОВК}^{пост}}$  – базисний рівень умовно-постійних витрат на збут, відкоригований на фактичний обсяг чистого товарообороту, % до обороту.

Для об'єктивної оцінки динаміки і встановлення причин змін витрат на збут необхідно проаналізувати вплив факторів на їх розмір. В основу факторного аналізу витрат на збут в підприємствах торгівлі може бути покладена структурно-логічна схема методики економічного аналізу основних витрат у підприємствах торгівлі, що розроблена Н.Б. Кашеною, О.В. Цукановою, Н.М. Гаркушею [4]. Послідовність аналізу витрат на збут і фактори, що спричинили вплив, наведено на рисунку.

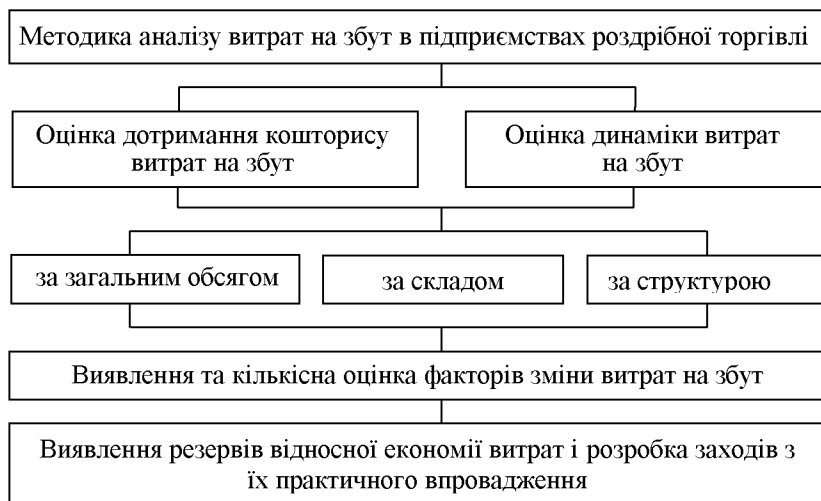


Рисунок – Структурно-логічна схема методики економічного аналізу витрат на збут у підприємствах торгівлі

До основних факторів, що впливають на величину та рівень витрат на збут, належить обсяг роздрібного товарообороту. Тому важливим аналітичним показником є базові витрати на збут, приведені до фактичного товарообороту ( $ВЗ_{ОВК_{Т1}}$ ). Суттєвий вплив на витрати вчиняють і такі фактори, як зміна роздрібних цін на товари, тарифів на

транспортування, послуги, ставки орендної плати, цін на матеріали за відповідними статтями.

В умовах інфляції динамічна зміна величини витрат приводить до викривлення аналітичних розрахунків. Тому зіставлення витрат і товарообороту різних періодів часового ряду можливо лише при умові визначення цих показників в єдиних, тобто в порівняних цінах. Для приведення товарообороту і витрат звітного періоду в порівняний вид використовують індекс цін на товари, індекс ставок, тарифів [5, с.65]. У подальших аналітичних розрахунках приведені показники необхідно зіставляти з базовими. Визначена саме абсолютна зміна витрат в умовах інфляції являє собою зміну, що відображає як результат роботи підприємства у вигляді фізичного обсягу товарообороту, так і зміну, яка виникла під впливом інфляції, тобто цінового фактора.

Структурно-динамічний аналіз витрат на збут розглянуто на прикладі окремого підприємства роздрібної торгівлі продовольчими товарами м. Харкова – ТОВ „Рубін”. При цьому вихідні дані наведені в табличній формі, агреговані і поєднані в логічні групи (табл. 1).

Дані таблиці 1 свідчать, що витрати на збут у звітному році зросли. Їх загальна величина склала 3189 тис. грн, що на 117 тис. грн (або 3,8%) більш ніж у минулому році. На перший погляд, збільшення витрат можна признати обґрунтованим в умовах зростання продажу товарів, так як випереджуваним був темп зросту чистого товарообороту. Наслідком такого співвідношення темпів росту товарообороту (107,2%) і витрат на збут (103,8%) є зниження їх рівня на 2,505% до обороту, або 13,2 пункта. Таке положення спостерігається і по змінним витратам, тобто досягнута економія кожної гривні чистого товарообороту у розмірі 1,552 коп. За постійними витратами отримана економія у сумі 38 тис. грн, або 0,953 грн з кожної гривні товарообороту.

Але якщо врахувати індекс цін на товари, то складається зовсім інша ситуація. Обсяг товарообороту, скоригований на індекс цін, тобто фізичний обсяг складає всього 13811 тис. грн, що нижче обсягу попереднього року на 2359 тис. грн або 14,6%. Тому відмічається значне підвищення рівня витрат на збут, яке склало 3,404% до обороту, так і за окремими видами: змінні збільшились на 2,891 % до обороту, постійні – на 0,513%. Треба зазначити, що біля 30% товарообороту (5524 тис. грн) було отримано за рахунок зростання цін. Саме цей фактор і обумовив зниження середнього рівня витрат на 5,909% до обороту, у тому числі по змінним витратам на 4,443%, постійним – на 1,466%. Це не є заслугою підприємства і не можна визнати його діяльність ефективною.

Таблиця 1 – Аналіз витрат на збут ТОВ „Рубін” за суміжні роки

Показник	(тис. грн)									
	Фактично за минулий рік	Фактично за звітний рік	Відхилення (+, -) гр.3 – гр.2	Темп росту, %	Індекс, ста-ція, вок	Скориговане значення звітного року на індекс ста-ції, вок	Відхилення від попереднього року гр.7 – гр.2	Вплив цінового фактору гр.3 – гр.7	Темп росту, %	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Чистий товарооборот	16170	19335	3165	107,2	1,4	13811	-2359	5524	85,4	
Витрати на збут, всього	3072	3189	117	103,8		3094	+22	95	100,7	
Змінні витрати на збут	2325	2480	155	106,7		2385	+60	-	102,6	
із них:										
витрат на збут, залежні від зміни цін	693	731	38	105,6	1,15	636	-57	95	91,8	
Постійні витрати на збут	747	709	-38	94,9		709	-38	-	94,9	
Рівень витрат на збут, %	18,998	16,493	-2,505	86,8		22,402	3,404	-5,909	121,1	
Рівень змінних витрат на збут, %	14,378	12,826	-1,552	89,2		17,269	2,891	-4,443	120,1	
Рівень змінних витрат на збут, залежних від зміни цін, %	4,286	3,781	-0,505	88,2		4,605	+0,319	-0,824	107,4	
Рівень постійних витрат на збут, %	4,620	3,667	-0,953	79,4		5,133	0,513	-1,466	111,1	

За звітний період підприємство, якщо не враховувати обсяг товарообороту отриманого за рахунок зростання цін, має відносні перевитрати у сумі 457 тис. грн. [3189 – (2325 \* 0,854 + 747)], урахуванням цієї частки товарообороту – відносну економію 50 тис. грн [3189 – (2325\*1,072 + 747)].

Вплив зміни товарообороту ( $\Delta V_{\Delta T}$ ), цін на товари ( $\Delta V_{\Delta ц}$ ), ставок на окремі види витрат ( $\Delta V_{\Delta ст.}$ ) та інших факторів ( $\Delta V_{\Delta ин.ф.}$ ), розглянемо на прикладі змінних витрат, що залежать від зміни цін на товари, бо вони мають певні особливості (табл. 2). Для визначення їх впливу слід використовувати методи детермінованого факторного аналізу.

**Таблиця 2 – Узагальнення впливу чинників на зміну суми і рівня витрат на збут, залежних від зміни цін**

Чинник	Зміна витрат	
	на суму, тис. грн	на рівень, % до обороту
Абсолютна зміна витрат за діючими цінами, ставками У тому числі за рахунок зміни:	38	-0,505
- обсягу товарообороту	-101	-
- цін на товари	209	-
- ставок	-114	0,824
- інші фактори	+44	+0,319

Загальне відхилення за витратами з урахуванням факторів може бути представлено у такий спосіб:

$$\Delta V = V_1 - V_0$$

$$\Delta V = \Delta V_{\Delta T} + \Delta V_{\Delta ин.ф.} + \Delta V_{\Delta ст.} + \Delta V_{\Delta ц} = 731 - 693 = 38 \text{ (тис. грн)}$$

Визначення впливу факторів на витрати на збут, залежні від зміни цін:

– фізичного обсягу товарообороту:

$$\Delta V_{\Delta T} = V_0^{пор} T_1 - V_0 = 592 - 693 = -101 \text{ (тис. грн)}$$

$$\text{де } V_0^{пор} T_1 = V_0 * I_T^{пор} = 693 * 0,854 = 592 \text{ (тис. грн)}$$

$$\text{або } V_0^{пор} T_1 = \frac{T_1 * P V_0}{100} = \frac{13811 * 4,286 : 100}{100} = 592 \text{ (тис. грн)},$$



– цін на товари:

$$\Delta BZ_{\Delta c} = BZ_{1T_1} - BZ_{1T_1}^{пор} = 731 - 522 = 209 \text{ (тис. грн),}$$

де  $BZ_{1T_1}^{пор} = P_{BZ_1} * T_1^{пор} = 3,781 * 13811 : 100 = 522 \text{ (тис. грн);}$

– ставок на витрати:

$$\Delta BZ_{\Delta cT} = BZ_{1T_1}^{пор} - BZ_{1T_1}^{пор} = 522 - 636 = -114 \text{ (тис. грн);}$$

– інші фактори:

$$\Delta BZ_{\Delta ин.ф} = BZ_{1T_1}^{пор} - BZ_{0T_1}^{пор} = 636 - 592 = 44 \text{ (тис. грн).}$$

Сума впливу факторів:

$$\Delta BZ = (-101) + 209 + (-114) + 44 = 38 = \Delta BZ.$$

Наведені розрахунки свідчать, що порівняно з минулим роком найбільше збільшення суми витрат відбулося за рахунок зростання цін на товари. Отриману підприємством економію за рахунок зміни обсягу товарообороту неможна признати як позитивне явище, бо це відбулося за рахунок зменшення продажу фізичної кількості товарів.

**Висновки.** Треба зазначити, що підприємству потрібно більш ефективно працювати в напрямку нарощення обсягу товарообороту за рахунок збільшення продажу фізичної маси товарів, а не лише зростання цін. Це обумовить відносне зниження витрат. Досягти цього можливо при ефективному використанні матеріально-технічної бази, трудових і товарних ресурсів за умови високого якісного рівня культури обслуговування покупців.

#### *Список літератури*

1. Ющенко, В. А. Доповідь про внутрішнє і зовнішнє становище України у 2005 році [Текст] / В. А. Ющенко // Економіст. – 2006. – № 2. – С. 25–75.
2. Управление крупным предприятием [Текст] / А. В. Козаченко [и др.]. – К. : Либра, 2006. – 384 с.
3. Бухгалтерський облік [Текст] : збірник систематизованого законодавства / уклад. Я. Кавторєва, В. Кузнецов. – 13-тє вид., перероб. і доп. – Х. : Фактор, 2006. – 578 с.
4. Кащена, Н. Б. Удосконалення методики аналізу витрат основної діяльності підприємств роздрібної торгівлі [Текст] / Н. Б. Кащена, О. В. Цуканова, Н. М. Гаркуша // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. пр. : у 2 ч. / Харьк. держ. ун-т харчування та торгівлі, [редкол.: Черевко О.І. (відпов. ред) та ін.]. – Харків, 2008. – Вип. 2(8), ч.2. – 476 с.

5. Чернов, В. А. Экономический анализ : торговля, общественное питание, туристический бизнес [Текст] : учеб. пособие для вузов / В. А. Чернов; под ред. М. И. Баканова. – М. : ЮНИТИ – ДАНА, 2003. – 686 с.

Отримано 15.03.2009. ХДУХТ, Харків.

© Л.М. Янчева, В.І. Оспіцев, Н.М. Гаркуша, 2009.

УДК 339.188:339.187.2

**Л.М. Янчева**, канд. екон. наук, проф.

**Т.О. Тарасова**, канд. екон. наук, доц.

**А.С. Крутова**, канд. екон. наук, доц.

## **УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ДИСКОНТНИХ КАРТОК НА ПІДПРИЄМСТВАХ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ**

*Розглянуто юридичний аспект застосування дисконтних карток, висвітлено проблемні питання з обліку руху дисконтних карток та наведено рекомендації з обліку витрат емісії та розповсюдження сучасних дисконтних інструментів.*

*Рассмотрен юридический аспект применения дисконтных карт, изучены проблемные вопросы учета дисконтных карт и предложены рекомендации по учету расходов на эмиссию и распространение современных дисконтных инструментов.*

*The legal aspect of application of discount cards is considered in the article, the problem questions of account of discount cards are studied and offered to recommendation on the account of charges on emission and distribution of modern discount instruments.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Залучати нових покупців можна шляхом періодичного надання знижок і проведення розпродажів. Проте для того, щоб покупець став постійним, можна забезпечити йому не разову знижку, а індивідуальні знижки, які залежать не тільки від обсягу разової покупки, але й від загального обсягу придбань у цьому магазині (накопичувальні знижки). У цьому випадку, чим частіше покупець буде відвідувати магазин, і чим більше він буде купувати, тим вище буде його дисконт. Забезпечити індивідуалізацію знижок дозволяє застосування дисконтних карток.

Дисконтні картки (від англійського discount – знижка) не призначені для оплати: вони дають своїм власникам право на різноманітні знижки, пільги й привілеї. Водночас знижка, що