

УДК 657.1

СУЧАСНИЙ СТАН ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ В ЦІНОУТВОРЕННІ

MODERN CONDITION FORMATION ACCOUNTING POLICY IN PRICING

Чичуліна К.В.

кандидат технічних наук,
доцент кафедри економіки підприємства
та управління персоналом,
Полтавський національний технічний університет
імені Юрія Кондратюка

Хвостенко Н.А.

студентка,
Полтавський національний технічний університет
імені Юрія Кондратюка

Стаття присвячена дослідженню складових елементів облікової політики в ціноутворенні. Проведено аналіз взаємозв'язку обліку витрат і процедури калькулювання як визначальних факторів ціноутворення. Розкрито елементи облікової політики у формуванні цін, такі як порядок формування вільних цін на підприємстві, економічна сутність процесу ціноутворення, фактори, які впливають на ціну, етапи облікової політики, взаємозв'язок між завданнями підприємства та ціновою політикою.

Ключові слова: облікова політика, бухгалтерський облік, ціноутворення, облік витрат, собівартість.

Статья посвящена исследованию составляющих элементов учетной политики в ценообразовании. Проведен анализ взаимосвязи учета затрат и процедуры калькулирования как определяющих факторов ценообразования. Раскрыты элементы учетной политики в формировании цен, такие как порядок формирования свободных цен на предприятии, экономическая сущность процесса ценообразования, факторы, влияющие на цену, этапы учетной политики, взаимосвязь между задачами предприятия и ценовой политикой.

Ключевые слова: учетная политика, бухгалтерский учет, ценообразование, учет затрат, себестоимость.

The article is devoted to the study of the constituent elements of the accounting policy in pricing. The analysis of the relationship between cost accounting and calculating procedure as determining factors of pricing has been carried out. Elements of accounting policy in the formation of prices are disclosed, namely: the procedure for the formation of free prices for the enterprise, the economic essence of the pricing process, factors affecting the price, the stages of accounting policy, the relationship between the objectives of the enterprise and price policy.

Keywords: accounting policy, accounting, pricing, cost accounting, cost.

Постановка проблеми. Сучасні умови господарювання вітчизняних підприємств характеризуються такими факторами: посиленням ринкової конкуренції; прискоренням науково-технічного прогресу і постійною появою нових можливостей для удосконалення матеріально-технічної бази підприємства; зростанням вимог споживачів до якості вироблених товарів та послуг, а також посиленням необхідності своєчасного реагування на зміни ринкової ситуації. Прискорення динаміки перетворень ринкового середовища, розширення складу факторів та рушійних сил економічного розвитку стають основою постійного виникнення перед суб'єктами господарювання значної кількості нових непередбачених

проблем та загроз, можливостей та перспектив. За рахунок таких обставин значно розширюється коло доступних підприємству стратегічних альтернатив розвитку.

Обов'язковою умовою для реалізації зазначених альтернатив розвитку стає необхідність забезпечення належного потенціалу підприємства, що розглядається як сукупність наявних можливостей, ресурсів, запасів, які можуть бути використані для досягнення певної мети чи цілі підприємства.

Ціна відіграє головну роль у системі ринкового механізму і є об'єктивною економічною категорією, тобто інструментом, що функціонує винятково на основі економічних законів. Осо-

бливості процесу ціноутворення підприємства повинні бути зображені в його обліково-економічній політиці, ступінь дотримання якої впливає на фінансові результати та ефективність господарської діяльності.

Актуальність дослідження полягає у необхідності підтвердження раціональності процесу ціноутворення та його відповідності обліковій політиці підприємства для надання своєчасної, повної, достовірної та неупередженої інформації зовнішнім і внутрішнім користувачам з метою прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питанням облікової політики присвячені праці відомих фахівців з обліку й аудиту – М.С. Пушкар, М.Т. Щирби [4], Ю.А. Вериги [5], Т.В. Барановської, Ф.Ф. Бутинця, Н.М. Малюги та багатьох інших. Дослідження у сфері ціноутворення відображені переважно в роботах науковців-маркетологів – І.К. Салімжанова [6], В.М. Бугулова [7], Л.О. Шкварчука [8], В.С. Пінішко, Т.В. Мединської [9], а також інших зарубіжних та вітчизняних авторів. На основі проведеного дослідження літературних джерел виявлено, що державне регулювання ринку цін базується на антимонопольному законодавстві. Нормативно-правове підґрунтя обліку викладено у Законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [1], Положеннях (стандартах) бухгалтерського обліку [2; 3], Міжнародних стандартах фінансової звітності, Інструкціях про застосування плану рахунків бухгалтерського обліку, внутрішніх регламентах облікового процесу на підприємстві.

Необхідність розроблення адекватної та продуманої облікової політики щодо ціноутворення зумовлюється суттєвим впливом, який чинять обрані методи та способи ведення обліку на величину основних показників діяльності під-

приємства та ступінь достовірності і повноти облікової інформації. Однак сьогодні у практиці великої кількості підприємств під час формування облікової політики в ціноутворенні виникають проблеми, зумовлені браком теоретичних основ, належної кваліфікації та професійного досвіду з обліку, формальним підходом до цього питання. Тому сьогодні залишається актуальним питання щодо розроблення послідовності дій для формування облікової політики в ціноутворенні, у межах яких визначаються конкретні виконавці та відповідальні особи.

Метою статті є дослідження складових елементів обліково-економічної політики щодо процесу ціноутворення, аналіз взаємозв'язку обліку витрат і процедури калькулювання як визначальних факторів ціноутворення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Результативність діяльності підприємства залежить від багатьох факторів і насамперед від цінової політики. В умовах ринку переважає децентралізоване ціноутворення. Відомо, що на ринку ціни формуються на основі попиту і пропозиції. Основним регулятором цін є ринок, затвердження цін державою чи іншим централізованим органом відсутнє. За вільних цін (рис. 1) надлишок (недолік) доходів відразу відображається на рівні цін, відбувається перерозподіл доходів і таким чином відновлюється рівновага в економіці. Проте в умовах, коли переважає монополізм виробника, на вільне ціноутворення прямо або побічно впливає держава.

Цінова політика є важливим елементом загальної та ринкової стратегії підприємства, що поєднує в собі стратегічні і тактичні аспекти. Вона визначається як діяльність керівництва підприємства зі встановлення, підтримки та зміни цін на вироблені товари.

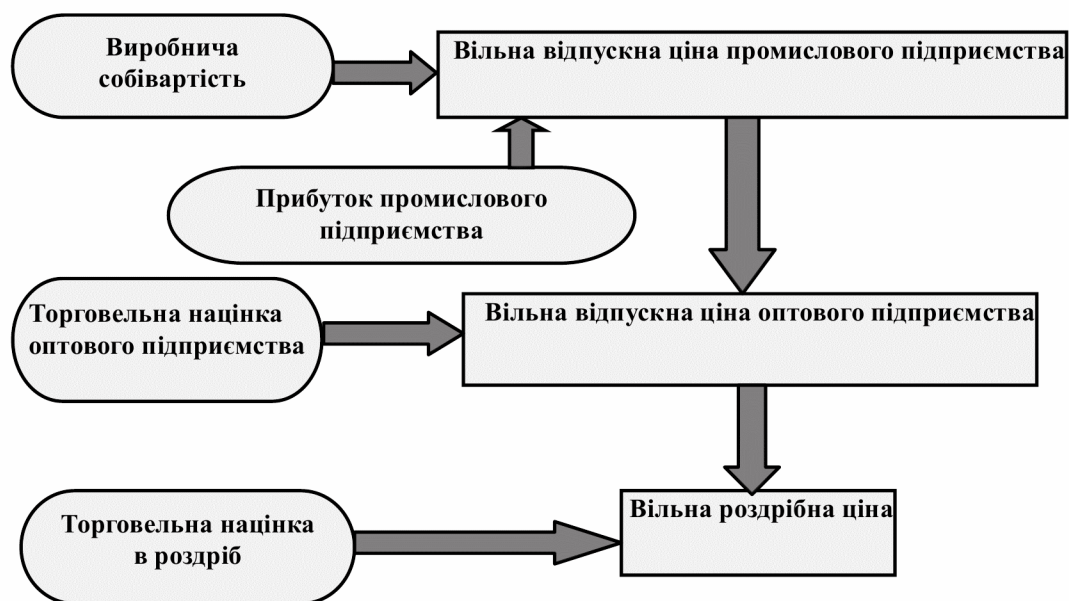


Рис. 1. Структура вільних цін

Стратегічні аспекти цінової політики включають в себе договірні заходи щодо встановлення та зміни ціни. Вони спрямовані на регулювання діяльності всього виробництва, збуту товару та на підтримку конкурентоспроможності продукції відповідно до завдань і мети загальної стратегії фірми, відображаються у бізнес-плані та обліковій політиці господарюючого суб'єкта.

Облікова політика в ціноутворенні складається з шести етапів (табл. 1).

Тактичні аспекти ціноутворення включають заходи короткострокового і разового характеру. Вони розробляються відділом маркетингу і вносяться до його плану заходів на наступний тиждень (місяць).

Їх призначення полягає в усуненні деформації, яка виникає в діяльності виробничих підрозділів і товарозбутової мережі внаслідок непередбачених змін цін і(або) поведінки конкурентів, помилок управлінського персоналу, й іноді вони можуть йти всупереч стратегічній меті підприємства.

Особливу увагу під час формування ціни слід відвести обліковій службі, тому що саме бухгалтерія складає первинні кошторисні документи, накопичує та систематизує інформацію про витрати на придбання, постачання, транспортування, пакування, маркування, зберігання тощо. Саме особливості і принципи формування ціни повинні бути викладені в обліковій політиці підприємства.

Згідно із Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні»

облікова політика – це сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для складання та подання фінансової звітності [1].

Облікова політика засвідчує обрану підприємством альтернативу серед способів організації та ведення обліку окремих видів активів, зобов'язань, доходів, витрат та фінансових результатів з урахуванням специфіки та особливостей своєї діяльності, кваліфікації облікового персоналу, наявності комп'ютерної техніки тощо.

У науковій літературі [4, с. 70] та відповідному законодавстві [2] як складники методичного аспекту облікової політики в ціноутворенні для цілей фінансового й управлінського обліку згадуються склад первісної вартості придбаних запасів (сировини і матеріалів для виробництва, товарів для перепродажу), методи обліку транспортно-заготівельних витрат, методи оцінки вибуття запасів, порядок визначення первісної вартості готової продукції (робіт, послуг) [3].

Стратегічні форми цінової політики та способи її здійснення безпосередньо впливають із ринкової стратегії господарюючого суб'єкта і відображаються як елемент обліково-економічної політики. Залежно від застосованої комбінації варіантів ринкової стратегії обирається конкретна форма здійснення цінової політики.

Розглядати цінову політику підприємства можна лише з тими завданнями, які ставить перед собою підприємство (рис. 2).

Відповідно до побудованої схеми перший варіант застосовують підприємства, що потра-

Таблиця 1

Етапи облікової політики в ціноутворенні

№ п/п	Етап	Характеристика
1	Постановка завдань ціноутворення	Припускається ринкове позиціонування, яке визначає стратегія ціноутворення підприємства – забезпечення виживає, максимізація поточного прибутку, завоювання лідерства за показниками частки ринку або за показниками якості товару.
2	Визначення попиту і його еластичності	Для цього використовуються такі прийоми оцінки попиту, як експеримент, пряме інтерв'ю, статистичні висновки. Залежність між ціною і відповідним рівнем попиту зображується на кривій попиту (у звичайній ситуації попит і ціна знаходяться в обернено пропорційній залежності). Попит, як правило, визначає максимальну ціну, яку підприємство може призначити за свій товар.
3	Оцінка витрат	Мінімальна ціна визначається витратами підприємства (ціна товару за ринкових умов повинна повністю покривати всі витрати з його виробництва, розподілу і збуту, включаючи справедливую норму прибутку за докладені зусилля і ризик).
4	Аналіз цін і товарів конкурентів	На встановлення фірмою середнього діапазону цін впливають ціни конкурентів і їх ринкові реакції, тому для обґрунтованого ціноутворення підприємству необхідно постійно аналізувати ціни і якість товарів своїх конкурентів (ціни товарів конкурентів і товарів-замінників дають середній рівень).
5	Вибір методу ціноутворення	Види методів ціноутворення: сума середніх витрат і прибутку; аналіз беззбитковості і забезпечення цільового прибутку; встановлення ціни, виходячи з цінності товару, що відчувається; встановлення ціни на основі рівня поточних цін; встановлення ціни на основі закритих торгів.
6	Встановлення остаточної ціни	Базується на психології ціносприйняття (ціна є показником якості, наявність знижок). При цьому слід дотримуватися антимонопольного законодавства, а саме не допускати фіксації цін, цінової дискримінації, немотивованого зростання цін, змови з іншими постачальниками цього товару [6, с. 77–84]



Рис. 2. Завдання підприємства у сфері ціноутворення

пили у скрутне становище. Ситуація дуже напружена, і на ринку велика конкуренція. Щоб залишитися на ринку і забезпечити належну діяльність підприємства, зберегти його робочий персонал, керівникам підприємства потрібно звертатися до програм цінкових поступок, тобто встановити такі ціни, які покривають усі витрати та забезпечать просте відтворення.

Другий варіант передбачає обрання такої ціни, яка би приносила максимальний прибуток, причому за короткостроковий період.

У третьому варіанті, коли підприємство прагне здобути лідерство на ринку за всіма показниками, його підходи на ринку є дуже значущими. Підприємство займається проведенням маркетингових досліджень (упроваджує нові технології, створює нове устаткування на виробництві, поповнює персонал кваліфікованими кадрами). Ведення таких заходів сприяє високій якості продукції, що дає змогу встановити високу ціну на продукцію.

Четвертий варіант використовується тоді, коли підприємство орієнтується на завоювання передових позицій щодо показників частки ринку.

Політика цін при цьому гнучка, адже увагу одних покупців привертають товари з низькою ціною, а інших – навпаки, оскільки дешеві товари не завжди є якісними.

Отже, ціна на продукцію чи товар залежить від багатьох факторів, а саме від попиту і пропозиції, платоспроможності населення, якості товару, взаємозамінності товару на ринку, цінової політики і ринкової стратегії фірми. Всі ці чинники є регулюючими, тобто з їх допомогою відбувається регулювання цін фірмами. Оскільки на формування ціни впливає багато чинників, у підприємства виникає потреба у використанні гнучких методів ціноутворення і форм здійснення цінової політики, що слід відображати в обліковій політиці.

Висновки. Доведено, що в процесі управління підприємством існує необхідність переосмислення ролі облікової політики щодо процесу ціноутворення. В обліковій політиці підприємства бажане детальне висвітлення всіх аспектів формування ціни. На нашу думку, фахівці з обліку повинні не тільки керуватися основними принципами обліку, а й брати участь у розробленні стратегічних управлінських рішень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні». Відомості Верховної Ради України, 1999, № 40, ст. 365 (з останніми змінами та доповненнями від 02.06.2016) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.osmark.com.ua>
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси». Затверджено Наказом Міністерства фінансів України 20.10.99 № 246 (з останніми змінами та доповненнями від 9 грудня 2011 року № 1591) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/REG4044.html
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати». Затверджено Наказом Міністерства фінансів України 31.12.99 р. № 38 (з останніми змінами та доповненнями від 27 червня 2013 р. № 627) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/REG4248.html
4. Пушкар М.С., Щирба М.Т. Теорія і практика формування облікової політики: монографія / М.С. Пушкар, М.Т. Щирба. – Тернопіль: Карт-бланш, 2009. – 260 с.
5. Верига Ю.А. Облікова політика підприємства: навч. посіб. / Ю.А. Верига. – К.: ЦУЛ, 2015. – 315 с.
6. Салимжанов И.К. Ценообразование: учебник / И.К. Салимжанов. – М.: КНОРУС, 2007. – 304 с.
7. Бугулов В.М. Ціноутворення в умовах ринку: навч. посібник / В.М. Бугулов. – К.: МАУП, 2006. – 52 с.
8. Шкварчук Л.О. Ціноутворення: підр. для студентів вузів / Л.О. Шкварчук. – К.: Кондор, 2006. – 460 с.
9. Ціни і ціноутворення: навч.-метод. посібник / В.С. Пінішко, Т.В. Мединська. – Львів: Вид-во ЛКА, 2009. – 346 с.