

## **ОБЛІК ВИТРАТ І ДОХОДІВ ЗА ЗВІТНИМИ СЕГМЕНТАМИ**

Дерій В. А., д.е.н., доцент

Тернопільський національний економічний університет

Вивченню облікових аспектів витрат і доходів за звітними сегментами вітчизняні науковці приділяли недостатньо уваги, тому такі аспекти є актуальними для наукових пошуків.

Витрати звітного сегмента за своїм складом, за нашим переконанням, мало чим відрізняються від витрат аналогічного до нього структурного

підрозділу підприємства, однак ці витрати можуть суттєво відрізнятись за структурою, особливо, якщо звітний сегмент постійно збільшує частку інноваційної продукції у загальному обсязі виробленої.

Визначення терміна «доходи звітного сегмента», як і «витрати звітного сегмента», зафіксовані у п. 18 П(С)БО 29 «Фінансова звітність за сегментами» [1].

Доходи звітного сегмента доцільно розглядати як частину доходів підприємства від продажу зовнішнім покупцям і за внутрішньогосподарськими розрахунками, одержання яких забезпечено звичайною діяльністю звітного сегмента (господарського чи географічного) та які можуть бути безпосередньо зараховані або встановлені шляхом обґрунтованого й послідовного розподілу до звітного сегмента. Зауважимо, що до доходів звітного сегмента не відносять суми податку на додану вартість, акцизного збору, інші збори і відрахування з доходу (збори, знижки, повернення товарів тощо), адміністративні витрати, витрати на збут, що пов'язані з діяльністю підприємства загалом, котрі не можна зарахувати до конкретного сегмента, а також надзвичайні витрати (в тому разі, якщо вони безпосередньо не пов'язані з відповідним звітним сегментом).

Витрати структурних підрозділів містять прямі матеріальні витрати, прямі витрати на оплату праці, інші прямі витрати, змінні загальновиробничі та постійні розподілені загальновиробничі витрати.

Структурні підрозділи підприємства можуть функціонувати у сферах основного виробництва та/або реалізації, допоміжних і обслуговуючих виробництв, управління, інформаційно-консультативних, юридичних, аудиторських та інших послуг. Відповідно до цього, підприємство має право на визначення кількох центрів відповідальності.

А. М. Турило, Ю. Б. Кравчук і А. А. Турило вважають, що центр відповідальності – це структурний підрозділ підприємства, котрий очолює певна особа (менеджер), яка самостійно приймає управлінські рішення в межах власних повноважень та несе персональну відповідальність за виконання доведених до цього підрозділу планових завдань, основних показників діяльності [2, с. 37].

Як відомо, є чотири типи центрів відповідальності: центр витрат, центр доходів, центр прибутку і центр інвестицій. Нам важливо, з позиції центрів відповідальності, розкрити складові обліку витрат та доходів як на рівні робочого місця, так і на рівні підприємства загалом.

Отже, отримавши первинну інформацію із структурних підрозділів, працівники обліку перевіряють її достовірність, обробляють та формують за певними напрямками на рахунках, а згодом – у звітності.

Облікова та інша інформація про витрати та доходи, зареєстрована і оброблена, зазвичай, на рівнях робочих місць, структурних підрозділів, надходить у бухгалтерію, де її групують за напрямками обліку, синтезують на рахунках, формують у звітні показники та узгоджують їх між собою, складають звітні форми і спрямовують до користувачів, зберігають інформацію в архівах, а непотрібну згодом утилізують.

Бухгалтерію підприємства потрібно, на нашу думку, розглядати як центр інформації, поряд з чотирма іншими типами центрів відповідальності підприємства, про які було зазначено, оскільки саме у бухгалтерію надходить, в ній готується і звідси подається для споживання користувачам «гаряча інформація», необхідна як для прийняття управлінських рішень, так і для аналітичного осмислення і дискусій. Відповідальність за центр інформації на порядок вища, ніж відповідальність за центр витрат, центр доходів, центр прибутків, центр інвестицій. Так, центр інформації підприємства, на нашу думку, – це центр відповідальності за обліково-звітну інформацію, що здійснює певні витрати на таку інформацію, проте нині не можна точно визначити її собівартість, ціну, а відповідно доходи та прибуток.

Якщо проаналізувати витрати на обліково-звітну інформацію, то можна встановити, що в цьому разі наявні прямі та непрямі витрати. Прямі витрати можна безпосередньо відносити на певний вид обліково-звітної інформації (вартість бланків звітності, кількість листків паперу на друкування інформації і т. д.). Непрямі витрати (за мінусом втрат, які зараховують відразу на фінансові результати), на нашу думку, доцільно розподіляти пропорційно до прямих.

Можна розрахувати, на наш погляд, також вартість обліково-звітної інформації, відповідно до її обсягу, в мегабайтах (Мб) та розрахункової (трансфертної) ціни за 1 Мб з урахуванням собівартості 1 Мб виробленої в підприємстві звітно-облікової інформації (за умови, що в підприємстві облік автоматизований). За ручної форми обліку розрахунок обсягу обліково-звітної інформації, її ціни та вартості для споживача інформації можна проводити на підставі документорядків. Наприклад, документорядок можна позначити як 1 Дор.

Таким чином, дослідження облікових аспектів витрат і доходів за звітними сегментами необхідно розвивати та поглиблювати в напрямку деталізації і практичного застосування різних методик та положень, що стосуються цієї ділянки обліку.

### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 29 “Фінансова звітність за сегментами” [Електричний ресурс] / Затверджене наказом Міністерства фінансів України від 19 травня 2005 р. № 412. – Режим доступу: <http://www.mfu.gov.ua>
2. Турило А.М. Управління витратами підприємства: навч. посіб. / А. М. Турило, Ю.Б. Кравчук, А.А. Турило – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 120 с.