

Разом з тим, можна відзначити, що незважаючи на прискорений ріст електронних засобів і систем комунікацій, а також враховуючи зниження ефективності традиційних рекламно-пропагандистських засобів, виставково-ярмаркова діяльність розробляє та пропонує ефективні схеми та рівні, які гарантують підприємствам незалежне існування та розвиток у глобальних ринках.

Результати вивчення та аналізу передового досвіду й наукових джерел інформації дають підстави стверджувати, що виставково-ярмаркова діяльність – складний, інтегрований комунікативний процес, що забезпечує багатосторонній обмін інформацією та безпосереднє перетинання попиту і пропозиції на місці експозиції. Головною конкурентною перевагою для підприємства при цьому є встановлення системи зворотного зв'язку.

Безперешкодне поширення ділової інформації, відчутна наявність транснаціональної продукції на ринку й активна пропозиція нових товарів у останні з тенденцією уніфікації попиту, істотно впливають на маркетингову політику підприємств [1, с. 32]

Отже, сучасна виставково-ярмаркова діяльність – це найбільш ефективне середовище для обміну інформацією (сфера комунікації) і укладання торгових угод (здійснення оптових закупівель).

Висновки. Підсумовуючи вище зазначене, можемо стверджувати, що виставково-ярмаркова діяльність має свої особливі комунікаційні можливості, які недоступні іншим каналам комунікації, оскільки, вона дає можливість не тільки реально і відчутно представити товар, показати його в безпосередній дії. А такий захід, як відомо, один із найпотужніших інструментів маркетингових комунікацій.

Завдяки багатовекторній спрямованості, виставково-ярмаркова діяльність в процесі маркетин-

гової комунікації формує економічний, науково-технічний, соціальний імідж як країни в цілому, так і підприємства зокрема. Також вона є важливим показником при визначенні ефективності й економічного результату, налагодженні комунікаційних зв'язків нової якості та створенні позитивного іміджу в ринковому середовищі.

Таким чином, на нашу думку, виставково-ярмаркова діяльність має значні перспективи розвитку, як одна з найбільш динамічних сфер у сучасній економіці. Вона відіграє важливу роль у зміцненні міжнародних зв'язків, внутрішньої та зовнішньої торгівлі, пропаганді передових технологій і нових видів продукції, тому виступає ефективним засобом маркетингової комунікації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Возняк О. С. Передача маркетингової інформації в процесі комунікацій з ринком / О. С. Возняк // Маркетинг в Україні. – 2010. – № 3. – С. 31-45
2. Голіцин А. М. Сучасні тенденції маркетингових комунікацій на виставках та ярмарках / А. М. Голіцин // Формування ринкової економіки: міжвідомчий науковий збірник. – Вип.11/ відп. ред. О. О. Беляєв – К.: КНЕУ, 2003. – С. 126-133. – 0,4 друк. арк.
3. Колесніков Б. П. Виставкова діяльність в мовях європейської інтеграції України / Б. П. Колесніков, О. І. Падашуля. – Д.: Вебер, 2008. – 100 с.
4. Павленко А. Ф. Маркетингові комунікації: сучасна теорія і практика / А. Ф. Павленко, А. В. Войчак, Т.О. Примак. – К. : КНЕУ, 2005. – 423 с.
5. Пекар В. О. Основи виставкової діяльності: [навч. посіб. для студ. вищ. навч. зал.] / В. О. Пекар. – К.: Євро індекс, 2009. – 348 с.

УДК: 338.5:658.6+657.1

Озеран В. О., Озеран Н. М.

ОБГРУНТУВАННЯ ЦІН ТА ДОКУМЕНТАЛЬНЕ ОФОРМЛЕННЯ ОПЕРАЦІЙ У ПРОЦЕСІ ТОРГОВО-ЗАКУПІВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Висвітлено актуальні питання обґрунтування і формування цін та документального оформлення операцій у процесі торгово-закупівельної діяльності підприємств та організацій системи споживчої кооперації у відповідності до чинного законодавства України.

Ключові слова: торгівля, закупівля, ціни, документування, облік.

Ozeran V., Ozeran N.

SUBSTANTIATION OF PRICES AND DOCUMENTING TRANSACTIONS IN THE COMMERCE-PROCUREMENT ACTIVITY

In the article the main questions of substantiation and forming of prices and documenting transactions in the commercial and procurement activities of enterprises and organizations of consumer cooperatives in accordance with the laws of Ukraine.

Keywords: trade, procurement, prices, documentation, accounting.

Вступ. Перед системою споживчої кооперації України поставлені завдання подальшого нарощування обсягів діяльності та докорінного поліпше-

ння якості обслуговування населення. Для виконання цих завдань створюються госпрозрахункові торгово-закупівельні підприємства (ТЗП), заготі-

вельні пункти-магазини та підприємства дрібно-роздрібною торговельною мережею у складі ринків. Крім того, розквіт торгівлі на ринках став відчутним чинником конкуренції у сфері товарного обігу і здійснює суттєвий вплив на колективну і приватну форми торгівлі. Ідеально ринковий характер ціноутворення, у середньому невисокої посередницької винагороди і низький рівень накладних витрат на ведення ринкової реалізації дозволяє учасникам цієї форми торгівлі за допомогою цінових методів успішно конкурувати із стаціонарною торговельною мережею, залучати у власний товарообіг значну частку товарообігу торговельних центрів і крамниць, що функціонують поряд. Однак, до цього часу є неадекватною діюча методика обґрунтування та формування цін і організація документального оформлення операцій торгово-закупівельної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проведені нами дослідження нормативно-законодавчої бази, що регламентує методику обґрунтування та формування цін і документальне оформлення операцій у процесі торгово-закупівельної діяльності, спеціальної літератури та наукових статей дають нам підставу стверджувати, що публікацій, пов'язаних з висвітленням проблем методики та організації ціноутворення в процесі торгово-закупівельної діяльності немає. У Довіднику працівника ринку споживчої кооперації [2] приведено лише Примірне положення про торгово-закупівельне підприємство (ТЗП) на ринку [10] та Порядок застосування форм первинної документації з обліку закупівель сільськогосподарських продуктів та сировини [8], а в Інструкції [4] приведено лише загальні правила організації бухгалтерського обліку за книжково-журнальною формою в організаціях і підприємствах споживчої кооперації.

Постановка завдання. Висвітлити аспекти обґрунтування та формування цін і документального оформлення операцій торгово-закупівельної діяльності підприємств та організацій системи споживчої кооперації України з урахуванням вимог діючих нормативно-законодавчих актів України [3, 6, 9].

Викладення основного матеріалу. У складі споживспілок і ринків системі споживчої кооперації України створюються та функціонують господарсько-розрахункові торгово-закупівельні підприємства (ТЗП), які при організації своєї діяльності повинні керуватися та дотримуватися вимог нормативних актів державних органів України, що регламентують торгово-закупівельну діяльність [9]. Торгово-закупівельне підприємство (ТЗП) може здійснювати закупки та продаж м'яса і м'ясопродуктів, птиці, риби, яєць, молока і молокопродуктів, тваринних і рослинних жирів, картоплі, свіжих і перероблених овочів, фруктів, ягід, винограду, баштанних культур, горіхів, садових квітів та інших сільськогосподарських продуктів, придбаних від населення, підсобних селянських (фермерських) господарств і сільськогосподарських підприємств. Крім того, ТЗП може приймати для продажу свіжу та перероблену продукцію від заготівельних, переробних, торговельних та інших підприємств. Розрахунки з насе-

ленням і господарствами за прийняту від них продукцію буде проводитися через установи банків, каси ринків або через заготівельників за рахунок сум, виданих їм під звіт.

З метою максимального залучення сільськогосподарських продуктів і сировини у формування внутрішнього ринку товарів і послуг споживачів, ТЗП можуть здійснювати торгівлю продовольчими і непродовольчими товарами, надавати послуги населенню щодо збуту вищої сировини сільськогосподарської продукції, здійснюючи приймання її у порядку зустрічного продажу здавальникам продовольчих і непродовольчих товарів. ТЗП закуповують сільськогосподарську продукцію, що відповідає чинним стандартам або технічним умовам в асортименті, визначеному правлінням споживчого товариства чи споживспілки. При закупівлі великих партій сільськогосподарської продукції за укладеними угодами може застосовуватися зустрічний продаж продовольчих і непродовольчих товарів за замовленням здавальника (на момент укладення угод).

Здавальники сільськогосподарської продукції повинні мати відповідні супроводжувальні документи, які підтверджують якість продукції та її придатність до споживання: сертифікат якості, сертифікат відповідності (для продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації), ветеринарний дозвіл для сировини тваринницького походження, меду тощо, видані відповідними службами. Продукція, що надійшла із сертифікатом якості (відповідності), перевіряється і реалізується згідно з цими документами. У разі відсутності відповідних документів, продукція закуповується лише після підтвердження її якості профільно-акредитованою лабораторією (відповідним фахівцем).

Продукція, що заготовлюється, приймається продавцями ТЗП або заготівельниками, на яких покладається матеріальна відповідальність за її збереження та недопущення псування. Прийняттю й оприбуткуванню підлягає тільки доброякісна продукція, що відповідає вимогам стандартів і технічних умов. Продукція, що прийнята від здавальників, може реалізовуватися через власні магазини, заклади ресторанного господарства, здаватися на переробку чи на бази (склади) споживчої кооперації для подальшої реалізації, а також у відповідності з угодами безпосередньо відвантажуватися підприємствам різних форм власності та бюджетним установам.

Закупівля сільськогосподарської продукції здійснюється за закупівельними цінами, що затверджуються правлінням споживспілки, споживчого товариства, адміністрацією ринку, яким підпорядковані торгово-закупівельні підприємства чи об'єкти роздрібною торгівлі, що здійснюють заготівлю цієї продукції. Закупівельні ціни на сільськогосподарську продукцію і сировину визначаються за домовленістю сторін та з огляду кон'юнктури місцевого ринку із зазначенням дати впровадження та переглядаються у залежності від сезонності, від зміни ринку закупівель та збуту сільгосппродукції.

Для узгодженості роботи ринку рекомендується, щоб на його території діяли єдині закупівельні, оптово-відпускні та роздрібні (продажні) ціни на сільськогосподарську продукцію. Для попередження необґрунтованого підвищення рівня цін та розбіжностей у цінах кооперативним організаціям та підприємствам (торгово-закупівельним базам, переробним підприємствам та іншим) доцільно при закупівлях сільськогосподарської продукції узгоджувати рівень цін і умови закупівлі з кооперативною організацією, яка координує заготівельну діяльність у цьому районі.

Відпуск закупленої торгово-закупівельним підприємством сільськогосподарської продукції здійснюється за встановленими адміністрацією ринку (споживчим товариством, споживспількою) відпускними цінами. Ціни на сільськогосподарську продукцію повинні формуватись з урахуванням інформації про рівень цін, за якими приймають цю продукцію заготівельні, оптові та переробні підприємства. При цьому, відпускна ціна не має бути нижчою від ціни, що включає націнку на закупівельну ціну (у розмірі витрат на закупівлю сільгосппродукції та прибутку) і ПДВ. Ціни затверджуються наказом керівника підприємства (організації).

Обґрунтування та методика визначення закупівельних цін залежить від виду сільськогосподарської продукції і сировини та напряму її реалізації. Так, на тваринницьку сировину (шкури, вовну, хутро тощо), сільгосппродукти, вторинну та лікарську сировину, на які встановлені оптові ціни підприємствами-покупцями, закупівельна ціна визначається виходячи з оптової (оптово-відпускної). Враховуючи те, що сільськогосподарські підприємства у більшості випадків є платниками податку на додану вартість, а населення і фермерські господарства – не є платниками ПДВ, закупівельні ціни на сільськогосподарську продукцію визначаються окремо. Для визначення цін, складаються калькуляції закупівельних та оптово-відпускних цін.

Закупівельна ціна, яка б забезпечила беззбиткову роботу підприємства визначається за формулою:

$$ЗЦ = \frac{ОВЦ \times (100 - ПДВ)}{100 + P_{вод}}, \quad (1),$$

де $ЗЦ$ – закупівельна ціна на окремий вид продукції, без податку на додану вартість; $ОВЦ$ – оптово-відпускна ціна на окремий вид продукції; $ПДВ$ – ставка податку на додану вартість, %; $P_{вод}$ – рівень витрат операційної діяльності, % (до заготівельного обороту).

Закупівельна ціна, яка б забезпечила рентабельну роботу підприємства визначається за формулою:

$$ЗЦ = \frac{ОВЦ \times (100 - ПДВ)}{100 + H} = \frac{ОВЦ \times (100 - ПДВ)}{100 + (P_{во} + P_{п})}, \quad (2),$$

де H – націнка заготівельного підприємства, яка включає рівень витрат операційної діяльності ($P_{во}$) та плановий рівень рентабельності ($P_{п}$) до закупівельної ціни, %; $P_{во}$ – рівень витрат операційної діяльності %; $P_{п}$ – плановий рівень рентабельності, %.

Щодо оптово-відпускних цін, то вони включають: закупівельні ціни, суми витрат на збут,

прибуток і податок на додану вартість. У випадку відпуску продукції юридичним і фізичним особам – платникам ПДВ, податок нараховується на всю вартість продукції, що реалізується. У разі, коли платник податку здійснює операції з поставки особам, які не зареєстровані як платники податку, сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки, раніше придбаних (заготовлених) таким платником податку у фізичних осіб, які не є платниками цього податку, об'єктом оподаткування є торгова націнка (надбавка), встановлена таким платником податку.

Для застосування зазначеного порядку оподаткування необхідно дотримуватися таких умов:

– закуплена продукція повинна класифікуватися як сільськогосподарська продукція або продукти її переробки;

– реалізація такої продукції споживчим товариством, чи іншим підприємством (організацією) системи споживчої кооперації України повинна здійснюватися у тому вигляді, у якому вона була закуплена (без подальшої промислової переробки);

– одержувачі продукції - юридичні особи (військові склади та бази, установи МВС, СБУ, Держкомкордону України, Державного департаменту України з питань виконання покарань, інші бюджетні установи), зареєстровані як неплатники податку, повинні підтвердити цю обставину відповідною письмовою довідкою податкової адміністрації (інспекції) за місцем реєстрації.

На сільськогосподарську продукцію, що придбана (заготовлена) у фізичних осіб, які не є платниками податку на додану вартість, оптово-відпускна ціна визначається за приведеною нижче методикою:

а) мінімальна оптово-відпускна ціна, що забезпечує беззбиткову реалізацію певного виду продукції, яка реалізується безпосередньо бюджетним установам, фізичним особам та іншим, які не є платниками податку на додану вартість (ПДВ нараховується тільки на націнку (надбавку) у відповідності до Податкового кодексу України:

$$ОВЦ = ЗЦ + \frac{ЗЦ \times P_{вод}}{100} \times 1,2; \quad (3)$$

б) мінімальна відпускна ціна, що забезпечує беззбиткову реалізацію певного виду продукції, яка реалізується покупцям для подальшого її продажу або переробки (ПДВ нараховується на всю ціну):

$$ОВЦ = ЗЦ + \frac{(100 + P_{вод})}{100} \times 1,2; \quad (4)$$

в) оптово-відпускна ціна, що забезпечує плановий (бажаний) рівень рентабельності від реалізації певного виду продукції, яка реалізується безпосередньо бюджетним установам, фізичним особам та іншим (ПДВ нараховується тільки на націнку (надбавку) у відповідності до ст. 189.12 Податкового кодексу України:

$$ОВЦ = ЗЦ + \frac{ЗЦ \times H}{100} \times 1,2; \quad (5)$$

г) оптово-відпускна ціна, що забезпечує плановий (бажаний) рівень рентабельності від реалізації продукції, яка реалізується покупцям для подальшого її продажу або переробки (ПДВ нараховується на всю ціну):

$$ОВЦ = 3Ц + \frac{(100 + H)}{100} \times 1,2 \cdot \quad (6)$$

ТЗП, що є відособленим підрозділом кооперативного підприємства чи організації, може здійснювати операції оптових відвантажень за цінами домовленості за своїми угодами, але не нижчими оптово-відпускних цін, що діють у межах споживспілки.

Роздрібні (продажні) ціни на закуплену сільськогосподарську продукцію для продажу її населенню затверджуються адміністрацією ринку (правлінням споживчого товариства, споживспілки), яким підпорядковані торгово-закупівельні підприємства. Роздрібна ціна формується з урахуванням податку на додану вартість, витрат операційної діяльності (витрат обігу) та рентабельності підприємства (організації). Ціну доцільно формувати за такими складовими: закупівельна ціна; транспортно-заготівельні витрати; торгова націнка з ПДВ, яка складалася на ринку (у споживчому товаристві, спілці чи підприємстві (з урахуванням передбачуваного рівня витрат операційної діяльності та планового рівня рентабельності)).

Роздрібні ціни на закуплену сільськогосподарську продукцію з урахуванням її якості повинні бути не вищими від цін місцевих ринків та оформлені відповідними цінниками. Цінники обов'язково підписуються працівником, відповідальним за формування, встановлення або застосування цін, і оформлюються відповідно до встановленого порядку.

Ціни повинні фіксуватися у реєстрі роздрібних цін відповідно до Інструкції про порядок позначення роздрібних цін на товари народного споживання в підприємствах роздрібно́ї торгівлі та закладах ресторанного господарства. Реєстр сільськогосподарської продукції із зазначенням закупівельних і роздрібних цін має бути у наявності у кожному торгово-закупівельному підприємстві.

Закупівля сільськогосподарських продуктів і сировини від їх виробників – фізичних осіб і сільськогосподарських підприємств усіх форм власності, та продуктів їх переробки (цукру, олії, круп, борошна тощо) – від переробних підприємств і громадян оформляється приймальними квитанціями, затвердженими Укоопспілкою [8], зокрема форми:

№ ПК-1 УКС "Приймальна квитанція на закупівлю худоби, птиці та кролів";

№ ПК-2 УКС "Приймальна квитанція на закупівлю худоби, птиці та кролів в особистих підсобних господарствах громадян";

№ ПК-3 УКС "Приймальна квитанція на закупівлю молока та молочних продуктів";

№ ПК-4 УКС "Приймальна квитанція на закупівлю сільськогосподарських продуктів, продуктів їх переробки та сировини (на які немає спеціалізованих форм приймальних квитанцій)";

№ ПК-5 УКС "Відомість на закупівлю сільськогосподарських продуктів, продуктів їх переробки та сировини у населення".

Приймальні квитанції та відомості виписуються на підставі даних супровідних документів і результатів приймання сільськогосподарської продук-

ції та сировини (зважування, підрахунку, виміру, визначення якості). Облік надходження, зберігання та використання бланків приймальних квитанцій і закупівельних відомостей ведеться у відповідності до порядку обліку бланків суворого обліку. Реквізити приймальних квитанцій відповідають установленим правилам приймання окремих видів продукції за кількістю і якістю, порядку розрахунків, транспортування та іншим вимогам. Порядок оформлення квитанцій зумовлений специфічними властивостями певного виду сільськогосподарської продукції та їхніми якісними показниками.

Розрахунки за прийняту продукцію від здавальників за готівку та в порядку товарообміну проводиться за закупівельними цінами, встановленими на даний період, а відпуск товарів здавальникам – за роздрібними цінами на суму закупленої продукції. Тобто на суму закупленої сільськогосподарської за кожною конкретною квитанцією або запису в закупівельній відомості. У порядку зустрічного продажу відпускаються продовольчі та непродовольчі товари за роздрібними цінами.

Приймальні квитанції або закупівельні відомості служать одночасно:

- товарними документами, на підставі яких оприбутковується надходження сільськогосподарської продукції;

- розрахунковими документами, де визначаються суми, що підлягають виплаті здавальникам за прийняту від них сільськогосподарську продукцію;

- грошовими документами, котрі підтверджують виплату готівкою при закупівлі продукції за готівку.

Закупівля сільськогосподарської продукції за готівку здійснюється за наявності відповідного рішення адміністрації ринку (правління споживчого товариства (споживспілки), якому підпорядковано ТЗП, про використання готівки на такі цілі, з обмеженням чи без обмеження її суми.

Усі приймальні документи, якими оформлена закупівля, підписують здавальники сільгосппродукції та матеріально відповідальні особи, які приймають продукцію та несуть відповідальність за достовірність здійснених операцій. Приймальні квитанції та закупівельні відомості є первинними документами для ведення бухгалтерського обліку і використовуються у процесі складання відповідної статистичної звітності для аналізу обсягів обороту із закупівлі окремих видів сільськогосподарської продукції та сировини, загального обсягу заготівельного обороту тощо.

На відпуск сільськогосподарських продуктів із торгово-закупівельних підприємств покупцям, у переробку, для закладання на зберігання, а також власним підприємствам роздрібно́ї торгівлі, закладом ресторанного господарства, для продажу населенню виписується видаткова накладна, рахунок, рахунок-фактура або товарно-транспортна накладна, де вказується назва, кількість, ціна та вартість відпущених цінностей та інші відомості. На підставі вказаних документів також виписуються податкові накладні.

Торгово-закупівельні підприємства на підставі приймальних квитанцій, закупівельних відомостей і видаткових документів здійснюють оформлення та облік руху товарів, сільськогосподарських продуктів і продуктів їх переробки, сировини шляхом складання та подання товарно-грошових звітів. Складання товарно-грошових звітів проводиться відповідно до Правил оформлення і обліку руху товарів та готівки в підприємствах, організаціях (об'єднаннях) системи Центральної спілки споживчих товариств України (Укоопспілки), затверджених постановою правління Укоопспілки від 18.09.1997 р. № 153, з наступними змінами і доповненнями.

Матеріально відповідальні особи у встановленому порядку та в установлені терміни разом з товарно-грошовим звітом здають у бухгалтерію первинні документи, що підтверджують закупівлю та рух сільгосппродукції: приймальні квитанції; закупівельні відомості; товарно-транспортні накладні; товарні накладні на продукцію, здану на склад (базу), у заклади ресторанного господарства, переробні підприємства тощо.

Ціни на розсортвану та оброблену продукцію і товари встановлюються у межах загальної вартості партії за закупівельними цінами та затверджуються керівником ринку (підприємства). При цьому, відходи і втрати в межах норм природних втрат списуються на витрати обігу (збуту) підприємства. Понаднормові втрати, що виникають при таких операціях стягуються з винних осіб. Перекриття втрат за рахунок завищення цін на продукцію чи товари забороняється.

Облік розсорткування продукції ведеться за цінами, указаними в актах. Невикористані відходи, одержані при сортуванні, обробці, передпродажній підготовці оцінюються за ціною придбання оригіналу.

Переоцінка товарів у торгово-закупівельних підприємствах здійснюється під впливом різних факторів: наявність залежалих товарів або товарів у яких закінчується термін кінцевого зберігання, наміри збільшити обсяги продажів або підвищити продажні ціни на товари та в інших випадках, що пов'язано з очікуваною економічною вигодою. Переоцінка – це операція, яка пов'язана зі змінами цін, що впливає на збільшення або зменшення вартості товарів. Порядок проведення переоцінки товарів регламентується п.п. 24 - 27 П(С)БО 9 "Запаси", згідно якого запаси відображаються в бухгалтерському обліку і звітності за найменшою з двох оцінок: первісною вартістю або чистою вартістю реалізації.

Оцінку товарів за чистою вартістю реалізації застосовують у разі зниження ціни, зіпсованості, застарілості та іншим чином втрати первісної вартості. Чиста вартість реалізації розраховується за кожною одиницею товару з вирахуванням очікуваної ціни продажу та очікуваних витрат на збут таким чином:

$$ЧВ_p = Ц_n - В_з \quad (7),$$

де $ЧВ_p$ – чиста вартість реалізації товарів;
 $Ц_n$ – очікувана ціна продажу товарів;
 $В_з$ – очікувані витрати на збут товарів.

Зниження первісної вартості товарів до чистої вартості реалізації означає уцінку первісної вартості товарів, яку проводять відповідно до Положення про порядок уцінки і реалізації продукції (товарів), затвердженого наказом Мінекономіки України та Міністерства фінансів України № 120/190 від 10.09.1996 р. і П(С)БО 9 "Запаси". Уцінка проводиться в міру необхідності за рішенням керівника підприємства. Не підлягають уцінці товари, що оформлені у заставу, знаходяться у резерві та перебувають на відповідальному зберіганні.

Уцінка товарів проводиться за даними інвентаризації. Її результати відображаються в Описі-акті уцінки товарів і продукції, який складається у двох примірниках і підписується членами комісії та матеріально відповідальною особою. Якщо окремі товари уцінюються повторно, то в описах-актах вказується ціна після першої та другої уцінки. При цьому у бухгалтерському обліку сума, на яку первісна вартість перевищує чисту вартість реалізації товарів, списується на витрати звітного періоду.

Матеріали на уцінку товарів (у необхідних випадках разом з письмовим поясненням матеріально відповідальної особи) повинні бути розглянуті та затверджені керівником підприємства у дводенний термін після їх отримання. Після затвердження описів-актів всі уцінені товари передаються для реалізації за накладною, в якій вказуються роздрібні ціни до і після уцінки. Результати уцінки відображаються у тому місяці, в якому було складено опис-акт уцінки. Враховуючи те, що облік товарів у роздрібній торгівлі ведеться за продажною вартістю, при уцінці товару до вартості, нижчої за ціну придбання, необхідно суму зниження вартості товару розділити на дві складові:

- суму, на яку знижується торгова націнка;
- суму, на яку знижується первісна (купівельна) вартість товарів, яка буде являти собою суму уцінки.

До початку переоцінки товарів у бухгалтерії визначається:

- сума торгової націнки на товари, які підлягають переоцінці;
- вартість товарів за обліковими цінами до переоцінки;
- сума різниці між загальною сумою переоцінки і сумою торгової націнки.

Матеріально відповідальні особи торгово-закупівельних та інших підприємств роздрібної торгівлі складають товарно-грошові звіти за формою, затвердженою правлінням Укоопспілки від 18.09.1997 р. № 157 та 19.12.2001 р. № 304. У підприємствах торгівлі, де є касир, складаються окремо товарні (за формою товарно-грошових звітів) і касові звіти (за типовою формою № КО - 4).

Складені матеріально відповідальними особами товарно-грошові звіти подаються в бухгалтерію з усіма доданими первинними документами, які підтверджують рух товарів, готівки і тари.

Висновки. На основі проведеного дослідження, вивчення практичного досвіду діяльності торгово-закупівельних підприємств системи споживчої коо-

перації України, опрацювання діючих нормативних документів та літературних джерел запропоновано методику обґрунтування та формування цін і документального оформлення операцій, пов'язаних із торгово-закупівельною діяльністю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бутинець Т. А. Документування господарських фактів: теорія, методологія, комп'ютеризація / Наукове видання / Т. А. Бутинець – Житомир: ЖІТІ, 1999. – 412 с.
2. Довідник працівника ринку споживчої кооперації / [4-е вид., перероблене і доповнене] – К.: «Укоопринкторг» Укоопспілки, 2002. – 1278 с.
3. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07. 1999 р. № 996-ХІІ-ВР.
4. Інструкція про застосування книжково-журнальної форми бухгалтерського обліку в організаціях і підприємствах споживчої кооперації. – К.: Укоопспілка, 2002. – 215 с.
5. Методичні рекомендації та порядок закупівлі, ціноутворення на сільськогосподарську продукцію, продукти її переробки і сировину та розрахун-

ків із здавальниками / Затв. постановою Правління Укоопспілки № 208 від 27.10.2000. р.

6. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 “Дохід” / Затв. наказом Міністерства фінансів України від 29.11.1999 р. № 290.

7. Положення про порядок обліку руху товарів і готівки в об'єктах роздрібно́ї торгівлі і ресторанного господарства споживчих товариств, споживспілок, їх підприємств (об'єднань), інших суб'єктів господарювання Центральної спілки споживчих товариств України (Укоопспілки): Затв. постановою третіх зборів Ради Центральної спілки споживчих товариств України двадцятого скликання від 10.11. 2010 р.

8. Порядок застосування форм первинної документації з обліку закупівель сільськогосподарських продуктів та сировини: Затв. постановою Правління Укоопспілки 29.05.2000 р. № 118.

9. Правила роздрібно́ї торгівлі продовольчими товарами: Затв. наказом Міністерства економіки України від 11.07.2003 р. № 185.

10. Примірне положення про торгово-закупівельне підприємство (ТЗП) на ринку: Затв. постановою Правління Укоопспілки 29.12.1992 р. № 215.

УДК 338.46:37

Процишин О. Р.

ЗАСАДИ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТНИХ ВІДНОСИН НА РИНКУ ПОСЛУГ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Досліджено розвиток суб'єктів конкурентних відносин та механізми їх взаємодії на ринку послуг вітчизняної вищої освіти. Виділено особливості об'єктів конкурентних відносин

Ключові слова: конкурентні відносини, ринок послуг вищої освіти, освітня послуга, конкурентна перевага, конкурентна боротьба.

Protsyshyn O.

PRINCIPLES OF COMPETITIVE RELATIONS DEVELOPMENT AS THE SERVICE MARKET OF HIGHER EDUCATION

The market of subjective competitive relations and mechanisms of their interaction at the service market of Ukrainian higher education has been studied. Peculiarities of objects of competitive relations have been pointed out.

Keywords: competitive relations, service market of higher education, competitive advantage, competitive struggle.

Вступ. Конкуренція, як необхідний атрибут ринку та умова його функціонування, дедалі глибше проникає у відносини суб'єктів господарювання, її вплив відчувають всі галузі національної економіки, в тому числі і галузь освіти.

Тривалий час діяльність вищої школи асоціювалася з високим рівнем соціальних гарантій. Із впровадженням у діяльність вищих навчальних закладів ринкових методів господарювання має місце зрощення ринкових відносин і соціальних гарантій. Оскільки ринкові відносини передбачають наявність попиту та пропозиції, то на ринку послуг ви-

щої освіти (ПВО) основу попиту становлять інтереси не тільки держави, але й суб'єктів господарювання та особистості; а обсяги пропозиції визначаються як на державному рівні, так і самими ВНЗ. Взаємодія попиту та пропозиції відбувається завдяки конкуренції, яка вимагає від суб'єктів ринку ПВО досить нових і нетрадиційних у їх діяльності відповідних конкурентних відносин.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Конкуренція між суб'єктів вищої освіти є предметом публікацій багатьох учених та практиків. Проте у вітчизняних наукових працях вони роз-