

На правах рукопису

МИЦАК Ольга Василівна

Облік комерційної діяльності
і аудит фінансового стану підприємств
роздрібної торгівлі продовольчими товарами

(На матеріалах роздрібної торгівлі
продовольчими товарами
системи споживчої кооперації)

Спеціальність 08.06.04—Бухгалтерський облік,
аналіз і аудит

Автореферат
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

O. Muts -

Робота виконана на кафедрі аудиту
Львівської комерційної академії

Науковий керівник—

доктор економічних наук, професор, академік БІЛУХА М. Т.

Офіційні опоненти:

доктор економічних наук, професор МНИХ Є. В.,
кандидат економічних наук, доцент БАБІЙЧУК П. Г.

Провідна організація—

Управління бухгалтерського обліку і звітності
центральної спілки споживчих товариств України

Захист відбудеться . 7 . вересня 1995 р. о . 12⁰⁰ . годині
на засіданні спеціалізованої ради К—04.15.01 Львівської комерційної
академії Укоопспілки з присудження наукового ступеня кандидата
економічних наук за адресою:

Україна, 290008 м. Львів, вул. Туган-Барановського, 10, ауд. 314

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці академії.

Автореферат розіслано . 28 . липня 1995 р.

Вчений секретар спеціалізованої ради,
кандидат економічних наук, доцент

В. І. БЛОНСЬКА

ЛНБ України ім. В. Стефаніка



00442955 (Т)

ЛНБ ім. В. Стефаніка
АН України

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Формування ринкових відносин в Україні базується на активізації підприємницької діяльності, використанні всіх форм власності та способів господарювання, тобто всього організаційно-економічного механізму, включаючи інфраструктуру ринку. Важливу роль у формуванні ринкового середовища має виконувати система споживчої кооперації, яка ґрунтується на кооперативній формі власності. Споживча кооперація є з'єднувальною ланкою товарного обігу між селом і містом, між агрокомплексом і промисловістю та торгівлею. Приватизація землі і формування нових економічних відносин у суспільстві, висувують нові завдання перед споживчою кооперацією. З впровадженням ринкової економіки реальними конкурентами будуть колективи сільськогосподарських підприємств, фермерські господарства, акціонерні і господарські товариства, індивідуальні підприємства. Все це вимагає переосмислення господарської діяльності споживчої кооперації і відповідних змін у її функціях. Вона має забезпечувати сільськогосподарських виробників товарами народного споживання, реманентом, інвентарем, малою технікою, розробляти і здійснювати стратегію розширення ринку і систему заходів щодо підтримки обсягу продажу на необхідному рівні. Її діяльністю є переробка і збереження сільськогосподарської продукції у місцях її виробництва, а потім у належному товарному вигляді реалізувати споживачам у селі та в місті. Такі функції, на жаль, поки що споживча кооперація виконує не повною мірою і не в повному обсязі.

Відставання споживчої кооперації від розвитку ринку, від формування нових економічних відносин, залежить від багатьох причин, і насамперед від застарілих методів, які склалися у адміністративно-директивній системі управління економікою. Передовсім це стосується впровадження маркетингової діяльності у підприємствах і організаціях споживчої кооперації, яка має вивчати потреби кожного сегмента ринку для задоволення попиту покупців. Розвиток приватної торгівлі на селі приведе до ліквідації монопольного становлення споживчої кооперації у

торгівлі, а звідси виникне конкурентна боротьба за насичення сільського ринку доброякісними і дешевими товарами, необхідними для населення.

Комерційна діяльність підприємств роздрібно́ї торгівлі не може розвиватися без інформаційного забезпечення, перш за все бухгалтерського обліку, а також без незалежної форми фінансово - господарського контролю - аудиту. Проте бухгалтерський облік, його організація і методологія, що склалися у адміністративно-директивній системі, виконували свою основну функцію - відображали виконання директивних планів та забезпечували збереження державної власності від розкрадання, псування. В умовах формування ринкової економіки, роздержавлення власності виникла потреба удосконалювати бухгалтерський облік і аудит, використовувати міжнародні стандарти та форми обліку, які склалися у країнах з розвинутою ринковою економікою. Для того, щоб система обліку функціонувала у заданих параметрах необхідно вирішити організаційні і методологічні питання щодо цього. Це передусім визначення об'єктів обліку в умовах ринкових відносин у роздрібній торгівлі, показників які характеризують об'єкти обліку, розробка методології інтегрованої системи обліку стосовно до запиту управління торгівлею в умовах ринку.

Контроль функціонування динамічної системи управління підприємством торгівлі в умовах ринкових відносин має забезпечити найбільш ефективне господарювання, отримання максимального прибутку при задоволенні попиту населення у доброякісних товарах. Діюча система державного контролю в особі податкової інспекції, а також відомчий контроль мають вузько службовий характер, залежний від інтересів контролюючого органу. Тому виникла нова форма фінансового контролю - аудиторська. Щоб незалежний аудиторський контроль виконував функції радника на стадії прийняття управлінських рішень з найбільшою ефективністю необхідні науково обгрунтовані рекомендації з організації і методології аудиторського контролю фінансового стану торговельного підприємства. У вітчизняній методичній і навчальній літературі з бухгалтерського обліку і аудиту ці питання висвітлені акад. Білухою М.Г., Кузьмінським А.М., Завгороднім В. в

міжнародній-Гальсона, Шермет А.Д. та ін., але поки що недостатньо, а стосовно споживчої кооперації вони зовсім не розглядаються. Все це обумовило вибір теми дисертаційного дослідження та визначає її актуальність для формування ринкової економіки в Україні.

Метою і завданням дослідження є вдосконалення методології і організації бухгалтерського обліку, аудиту у споживчій кооперації в умовах формування ринкових відносин.

Для реалізації цієї мети в дослідженні розв'язуються такі завдання:

визначити ринкову концепцію розвитку споживчої кооперації; визначити ринковий механізм менеджменту у споживчій кооперації;

дати критичну оцінку стану бухгалтерського обліку комерційної діяльності та розробити методичні рекомендації щодо його вдосконалення;

дати характеристику стану фінансово - господарського контролю комерційної діяльності та перспектив розвитку аудиту у цій сфері;

розробити методологічні рекомендації щодо розвитку прогностичного аудиту у комерційній діяльності споживчої кооперації; обґрунтувати пропозиції щодо вдосконалення аудиту фінансового стану підприємств роздрібно торгівлі споживчої кооперації.

Предметом дослідження є облікова і аудиторська діяльність підприємств роздрібно торгівлі у споживчій кооперації в умовах формування ринкових відносин.

Об'єктом дослідження є роздрібні підприємства торгівлі і споживчі товариства з різними способами господарювання та системою бухгалтерського обліку і аудиту.

Методами дослідження є загальнонаукові положення економічної теорії, системних досліджень, наукового пізнання та теорія і практика вітчизняного і міжнародного бухгалтерського обліку, фінансово-господарського контролю та аудиту. У дослідженні використані законодавчі, нормативно-правові акти та методики, положення, інструкції з питань комерційної діяльності, міжнародні стандарти з бухгалтерського обліку і аудиту.

Інформаційною базою проведеного дослідження є офіційні матеріали Міністерства статистики України, Укоопспілки, дані бухгалтерського обліку і звітності підприємств і організацій Львівської, Тернопільської, Івано-Франківської, Чернівецької, Вінницької, Рівненської, Дніпропетровської, Київської облспоживспілок.

Наукова новизна дисертаційного дослідження:

обґрунтовані перспективні напрямки розвитку комерційної діяльності підприємств і організацій споживчої кооперації;

сформульовані організаційні та методичні засади маркетингової діяльності у споживчій кооперації;

запропоновано систему фінансового та управлінського обліку комерційної діяльності у споживчій кооперації;

обґрунтовано застосування кодування об'єктів комерційної діяльності за міжнародними стандартами;

сформульовані пропозиції по вдосконаленню обліку комерційної діяльності у споживчій кооперації із застосуванням ПЕОМ;

розкриті передумови і фактори організації внутрішнього аудиту маркетингової діяльності;

розроблена методика стратегічного аудиту із застосуванням елементів міжнародної стандартизації у фінансовому менеджменті;

запропоновані положення по вдосконаленню аудиту фінансового стану підприємств роздрібною торгівлі споживчої кооперації.

Практичне значення результатів дослідження полягає у збагаченні обліку і аудиту комерційної діяльності конкретними методиками і рекомендаціями. Пропозиції і рекомендації щодо фінансового і управлінського обліку комерційної діяльності мають конкретний характер, доведені до стадії алгоритмізації вирішення задач на ПЕОМ. Впровадження штрихового кодування товарів за міжнародними стандартами буде сприяти розвитку експорту товарів, ліквідує трудомістку операцію облікового процесу, якою є багаторазове кодування об'єктів обліку. Прикладний характер також мають рекомендації щодо стратегічного аудиту у фінансовому менеджменті, удосконалення аудиту фінансового стану підприємства роздрібною торгівлі та ін.

Апробація і впровадження результатів дослідження проходила

за участю дисертанта в експериментальному дорядку на підприємствах Львівської, Івано-Франківської і Тернопільської обласних спілок, де отримано позитивні результати. Вони полягають у поліпшенні інформаційного забезпечення фінансового менеджменту, а отже, у підвищенні рентабельності торгівлі. Крім того, зменшилася трудомісткість облікового процесу, підвищилася ефективність аудиту фінансового менеджменту.

Результати досліджень оприлюднені у наукових публікаціях дисертанта, а також обговорювалися на науково-практичних конференціях Львівської комерційної академії та на республіканській науково-практичній конференції.

Публікації. Основні положення дисертації опубліковані у чотирьох наукових публікаціях, загальним обсягом 1,35 д.а.

Обсяг і структура дисертації. Робота складається з вступу, трьох розділів, висновків і списку літератури. Дослідження викладені на 166 сторінках машинописного тексту, містить 33 таблиці, 7 рисунків, 8 додатків.

ЗМІСТ РОБОТИ.

У вступі обґрунтовується мета наукового дослідження, перелік поставлених завдань, об'єкти дослідження, інформаційна база, а також аргументується сутність наукової новизни викананого дослідження та його практичне значення.

В першому розділі "Розвиток торгівлі системи споживчої кооперації та завдання обліку і аудиту в умовах ринкових відносин" визначається становище споживчої кооперації, її комерційна діяльність в умовах переходу до ринкових відносин. На конкретних показниках діяльності підприємств споживчої кооперації досліджуються недоліки у обліку і аудиті комерційної діяльності роздрібних підприємств, недостатність маркетингових досліджень для ефективного функціонування в нових економічних умовах. На основі проведеного дослідження даються методичні рекомендації по удосконаленню бухгалтерського, оперативного і статистичного обліку шляхом інтеграції в єдиній системі фінансового і

управлінського обліку в роздрібних підприємствах споживчої кооперації.

В другому розділі "Удосконалення обліку комерційної діяльності підприємств роздрібно торгівлі продовольчими товарами з застосуванням ПЕОМ" визначені об'єкти обліку роздрібно торгівлі в умовах ринкових відносин, розроблені рекомендації у запровадженні штрихового кодування згідно з міжнародними стандартами. Удосконалення обліку комерційної діяльності спрямоване на максимальне задоволення потреб фінансового менеджменту у інформації і ґрунтується на удосконаленні організації АРМ-бухгалтера, інтегрованій обробці обліково-економічної інформації, що дозволяє визначити методологічну основу автоматизованої форми обліку комерційної діяльності роздрібних торговельних підприємств з застосуванням ПЕОМ.

В третьому розділі "Аудит фінансової діяльності підприємств роздрібно торгівлі продовольчими товарами" обґрунтовується необхідність проведення внутрішнього аудиту маркетингової діяльності, впровадження стратегічного і прогнозного аудиту в оперативному фінансовому менеджменті в умовах ринкової економіки на основі застосування економіко-математичних методів на базі ПЕОМ. Розроблені методичні особливості аудиту фінансового стану підприємств роздрібно торгівлі споживчої кооперації та їх використання у комерційній діяльності.

У висновках узагальнюються розроблені в дисертації методичні рекомендації до удосконалення обліку і аудиту комерційної діяльності роздрібно торгівлі споживчої кооперації на базі ПЕОМ, аргументується їх наукова новизна.

ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ДИСЕРТАЦІЙНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЙОГО РЕЗУЛЬТАТИ

Проведені у дисертації дослідження комерційної діяльності підприємств споживчої кооперації та обліку і аудиту, цієї діяльності, дозволили розробити рекомендації щодо удосконалення методології обліку і аудиту на базі ПЕОМ, які сприятимуть

максимальному задоволенню потреб фінансового менеджменту і таким чином впливатимуть на ефективне функціонування підприємств роздрібною торгівлі в умовах ринкових відносин.

1. Розвиток споживчої кооперації, її комерційної діяльності, в умовах перехідної економіки має базуватися на широкому використанні внутрішніх ресурсів заготівлі і переробки сільськогосподарської продукції, зміцнення матеріально-технічної бази споживчих товариств, стабілізації економічних відносин у всіх ланках системи. У дисертації доведено, що споживча кооперація України має можливість зняти напруженість у насиченні продовольчими товарами споживчого ринку. Кооперативні організації можуть забезпечити збалансованість товарного ринку завдяки власному виробництву продукції хлібозаводів і пекарень, крупорухок, кондитерських, безалкогольних, молокопереробних, олійних, консервних та інших підприємств і цехів.

Вихід споживчої кооперації із кризового стану вбачаємо також у розширенні асортименту і підвищенні якості продукції. Гонитва за валовими показниками, як: фасування продукції у тару великої місткості, випуск продукції обмеженого асортименту і попиту, нехтування дрібною розфасовкою, зовнішньою упаковкою призвело до затоварення плодоовочевими консервами, звело до мінімуму виробництво безалкогольних напоїв, квасу, пива, мінеральних вод, морозива та ін.

Розвиток споживчої кооперації проявляється у тому, що колгоспи на договірних засадах здають все більше і більше сільськогосподарської продукції і сировини на переробку, реалізацію її через торговельну мережу та громадське харчування споживчої кооперації. Разом з тим, не налагоджена зустрічна торгівля споживчої кооперації з фермерами. Сільські споживчі товариства, сількоопваготпроми, які найбільш наближені до селянина, фермера, орендаря не завжди мають обопільні угоди, тому не розширюють виробничу базу для випуску продукції та комерційної діяльності.

Дослідженням встановлено, що у приватному секторі, на відміну від колгоспного, за останні роки значно збільшилося виробництво сільськогосподарської продукції (картонді; плодів ягід, фруктів, овочів, яєць). У приватному секторі виробляється понад

третина м'яса і молока, але споживча кооперація не завжди використовує ці джерела товаропостачання. Тому ця товарна маса потрапляє до різного роду перекупників, посередників і реалізується за високими цінами. Друга частина цієї продукції через відсутність транспортних засобів гине на полях.

Отже, для поліпшення комерційної діяльності споживчої кооперації необхідно реформувати її торгівлю шляхом упорядкування питань власності, реорганізацією системи управління, максимального наближення її до сільського виробника, фермера, орендаря, ліквідацією проміжних ланок та управлінських надбудов обласного і загальнодержавного рівня.

2. Маркетингова діяльність у споживчій кооперації полягає не у вивченні виробничих потужностей, як було досі, а у в'ясуванні потреб ринку та у задоволенні попиту населення. Орієнтуватися на споживача - значить вивчати виробничі потужності для випуску високоякісної і дешевої продукції, конкурентоспроможної на товарному ринку. Маркетинг на рівні споживчого товариства має відшукати сегмент своєї діяльності на товарному ринку, визначити асортимент, в якому є потреба на ринку, а потім підпорядкувати товарне виробництво запитам ринку.

Для виконання цих функцій досліджуються нові види продукції, розробляються методи управління процесами товарообертання, впроваджується внутрішній аудит комерційної діяльності. У дисертації доведено, що маркетинг, орієнтуючи підприємство на задоволення попиту споживачів і пропонуючи потрібні товари та послуги, сприяє одержанню максимального прибутку. Разом з тим, хоча система маркетингу дозволяє аналізувати і задовольняти споживчий попит, вона є лише основою для проведення раціональної комерційної діяльності, попередження негативного впливу зовнішніх і внутрішніх факторів. Впровадження маркетингу у комерційній діяльності обумовлює необхідність реалізації організаційних, адміністративно-правових та науково-методичних заходів у структурних ланках системи - споживчих товариствах, райспоживспілках. Організаційні та адміністративно-правові заходи включають створення маркетингових підрозділів у всіх ланках споживчої кооперації. Науково-методичні заходи передбачають

використання науково обґрунтованих методик проведення маркетингової діяльності, використання інформації бухгалтерського обліку, впровадження внутрішнього аудиту маркетингу.

Прийняття підприємствами і організаціями споживчої кооперації концепції маркетингу визначає здійснення таких заходів:

пошук відповідної інформації про ринок діяльності, а також про потреби, інтереси і мотиви покупця;

реалізацію економічних, організаційних і технічних умов, за яких інформація про покупця стає основою для прийняття управлінського рішення;

визначення стратегії і тактики маркетингу, орієнтованих на інтереси споживачів, посилення пристосованості до їх потреб, і впливу на інтенсивність реалізації товарів.

3. Перехід споживчої кооперації на нові умови господарювання, вдосконалення організаційно - управлінських і виробничо-господарських структур, усунення старих форм і зв'язків, що гальмують економічну реформу, вимагають перегляду існуючої системи обліку, з її поділом на оперативний, бухгалтерський та статистичний. Досвід зарубіжних країн показує, що більш доцільним є його інтеграція в систему управлінського і фінансового обліку, що дає змогу модифікувати її відповідно до потреб управлінців в інформації, забезпечити функціонування обліку, як важливого інструменту управління підприємствами роздрібної торгівлі.

Інформація управлінського обліку про комерційну діяльність роздрібного торговельного підприємства містить дані про реалізацію кожного з товарів, величину товарних запасів, обертання товарів, виконання господарських угод, претензій покупців тощо /табл.1/.

Фінансовий облік - це дані про кошти підприємства, власні і позичені, інші активи і пасиви, витрати обертання, доходи і прибутки магазину, споживчого товариства, розподіл прибутків, сплату податків тощо. За даними фінансового обліку складають фінансову /бухгалтерську і статистичну/ звітність, яка ретроспективно висвітлює діяльність підприємства,

використовується податковою службою, банками для справлення податків, в'ясування обґрунтованості кредитування тощо.

Таблиця 1

Структура інформаційного потоку підприємства роздрібно-торгівлі споживчої кооперації

Види інформації призначення	Управлінська	Фінансова
Оперативна	Товарообертання: потоварна реалізація, рівень запасів за асортиментом, наявний асортимент, торговельна площа	Обсяг реалізації, запаси, витрати обертання, доходи, прибуток
Ретроспектива	Кон'юктурний огляд про результати комерційної діяльності та II аналіз	Баланс Звіт про фінансові результати та їх використання, аналіз рентабельності під- приємства, товарів, капіталу, аналіз управління грошо- вими потоками

У дисертації запропоновані рекомендації щодо розвитку фінансового і управлінського обліку як інтегрованої системи господарського обліку на базі ПЕСМ. Запропоновані реєстри управлінського обліку, які мають видавати менеджерам, маркетологам та іншим комерційним службам роздрібно-торговельного підприємства. Дана оцінка ефективності обліку комерційної діяльності.

4. Штрихове кодування об'єктів комерційної діяльності за міжнародними стандартами є основою Державної програми переходу

обліку на міжнародну систему, оскільки завдяки штриховим кодам товарів створюються передумови автоматизації обліку обертання товарів на внутрішньому і світовому ринках, управління товарними запасами тощо. У дисертації зазначені вади у запровадженні штрихового кодування та розроблені методичні рекомендації щодо його застосування у комерційній діяльності.

Аналіз практики застосування штрихових кодів вітчизняними товаровиробниками показав, що при їх формуванні порушуються вимоги міжнародних стандартів до постійної і перемінної частини штрихового коду. Недотримуються стандарти при присвоєнні коду країни-виробника, коду підприємства, де виготовлений товар та кодуванні товарознавчих властивостей товарів. Присвоєння Україні міжнародною асоціацією товарної нумерації коду країни повинне активізувати процес створення та впровадження системи автоматизованої ідентифікації даних.

Впровадження штрихових кодів, а на їх основі функціонування системи автоматизованої ідентифікації даних в роздрібній торгівлі споживчої кооперації забезпечить:

єдину систему обліку і контролю за станом торговельних процесів;

високу надійність обліку і контролю обертання товарів;

мобільність управління торговельними процесами та можливість оперативного аналізу їх стану;

автоматизацію процесу інвентаризації, скорочення часу підбору, оформлення, виконання замовлень з реалізації товарів;

автоматизоване ведення звітних та довідкових документів.

5. Облік комерційної діяльності у споживчій кооперації на базі ПЕОМ розглядається у дисертації в методологічному і організаційному аспектах. Дослідження показали, що облікові дані, які отримують у споживчій кооперації про обертання товарів є застарілою інформацією. Не дивлячись на те, що у системі обчислювальна техніка одержала досить широке розповсюдження, технологія роботи з нею далека від досконалої. Механізація окремих стадій процесу обліку товарообертання не дає значного підвищення якості управління, оскільки стадії виконуються послідовно, а значить оперативність реагування всієї системи управління на зміну

торговельної ситуації буде залежати від часу виконання робіт на стадіях, в яких застосовується ручна праця. Основні недоліки існуючих систем обробки економічної інформації можна звести до таких: велика частка ручної роботи у підготовці вхідної інформації для обробки її на ЕОМ; періодичність і оперативність вирішення облікових задач не задовільняє вимог управління; недостатність отриманої інформації для прийняття обґрунтованих профілактичних управлінських рішень; необхідність в "посереднику" між управлінським персоналом і обчислювальною технікою.

У дисертації запропоновано рекомендації щодо вдосконалення організації АРМ-бухгалтера, які передбачають:

автоматизовану обробку даних у реальному часі безпосередньо на робочих місцях працівників обліку;

взаємодію користувача з обчислювальними системами у діалоговому режимі;

складання первинних документів на машинних носіях;

формування і видачу результативної інформації у запитовому режимі та в необхідному для користувача обсязі;

автоматизацію комунікацій між робочими місцями користувачів інформації і АРМ-бухгалтера.

У дисертації доведена потреба інтегрованої обробки обліково-економічної інформації для задоволення потреб фінансового менеджменту. Така інтеграція можлива в єдиній системі господарського обліку /фінансового і управлінського/. Обліково-економічну інформацію вводять до системи обробки ПЕОМ одноразово, багатоаспектно обробляють за сервісними і експлуатаційними програмами і видають користувачам у діалоговому режимі спілкування з ПЕОМ.

Розроблені пропозиції щодо автоматизованої форми обліку комерційної діяльності роздрібної торгівлі у споживчій кооперації. З методичного погляду основу цієї форми обліку становить системний регламентний перелік операцій товарообертання, який відображає комерційну діяльність роздрібного торговельного підприємства. При цьому первинну інформацію записують до бази даних з мінімальним набором таких реквізитів, за допомогою яких можна одержати максимум даних для

фінансового менеджменту. Рекомендації і пропозиції, які містяться у дисертації, проілюстровано блок-схемами алгоритмів, структурою баз даних, формами машинограм та їх призначенням у обліку комерційної діяльності роздрібної торгівлі. У дисертації запропоновано систему машинограм обліку комерційної діяльності з використанням ПЕОМ та застосування їх у фінансовому менеджменті /табл.2/, що становить наукову новизну і має прикладний характер.

6. Удосконалення аудиту фінансового стану підприємств роздрібної торгівлі споживчої кооперації пов'язане, насамперед, із розвитком внутрішнього аудиту маркетингової діяльності. Аудит маркетингу включає: середовище маркетингу - демографічні, природні, науково-технічні, політичні, культурні фактори; мікросередовище маркетингу, - ринки, клієнту, конкурентів, постачальників; стратегію маркетингу - програму діяльності торговельного підприємства, ефективності менеджменту; результативність маркетингу - маркетинговий контроль, аналіз прибутковості, товари, ціни, стимулювання реалізації товарів, пропаганду.

Внутрішній аудит маркетингової діяльності забезпечує інформацією про пропозицію таких товарів і надання послуг підприємствами кооперативної торгівлі, які користуються стійким і всебічним успіхом у споживачів. Слід так керувати дослідженнями маркетингу, асортиментною політикою, рекламою і сервісом, щоб тепер і в перспективі роздрібні підприємства були високоприбуткові. Застосування внутрішнього аудиту в системі управління дозволяє підприємствам споживчої кооперації завжди бути готовими до швидкого і ефективного реагування на зміни ринкової кон'юнктури, вільно маневрувати товарними і грошовими ресурсами, задовольняти вимоги ретельно вивчених потенційних покупців.

Дослідження показали, що контроль процесів товарообертання в роздрібних торговельних підприємствах здійснюється за даними звітності /семиденка, місяць, квартал/, тобто після закінчення звітного періоду, коли практично неможливо проводити управлінський вплив на допущені недоліки. В результаті у системі Укоопспілки в 1994 році було допущено отримання збитків від реалізації товарів і послуг на суму 586214 мдн. крб.

Машинограми обліку комерційної діяльності в умовах використання ПЕОМ

Найменування машинограми	Зміст	Використання у комерційній діяльності
Відомість синтетично-аналітичного обліку по рахунку 41/2 "Товари і тари в роздрібній торгівлі" в грошовому вираженні по об'єктах обліку	За звітами матеріально відповідальних осіб по кожному первинному документу, визначення оборотів і сальдо на звітну дату	Сумовий облік оборотання продовольчих товарів і тари у роздрібних торговельних підприємствах
Відомість натурально-кількісного обліку реалізації товарів за товарними групами в цілому по споживчому товаристві та по об'єктах обліку	За асортиментом продовольчих товарів містяться дані про надходження, кількість реалізованих і залишок по кожному роздрібному підприємстві і по споживчому товаристві в цілому за три дні або на вимогу користувача	Стан реалізації продовольчих товарів за асортиментом, вивчення попиту покупців, визначення оптимальних товарних залишків для забезпечення безперервної реалізації товарів
Відомість витрат оборотання за статтями по об'єктах обліку і в цілому по споживчому товаристві	За статтями фактичні витрати оборотання по кожному роздрібному торговельному підприємству і споживчому товариству в цілому	Визначення і співставлення результатів від реалізації товарів і витрат
Відомість синтетично-аналітичного обліку по рахунках 42/3 за товарними групами і по об'єктах обліку	Сумовий облік реалізованих торговельних націнок за товарними групами і роздрібними торговельними підприємствами	Визначення доходу після реалізації кожної асортиментної позиції, прибутковості її реалізації
Довідка надходження товарів і тари за товарними групами по об'єктах обліку	Кількість і сума товарів замовлених на поставку і фактичне надходження	Визначення ритмічності надходження товарів відповідно до попиту
Довідка виконання угод постачальниками і стан розрахунків з ними	За угодами на поставку товарів за номерами угоди, дати складання, сума і кількість товарів розходжень з умовами угод, стан розрахунків, номер і дати платіжного документу	Контроль за надходженням товарів від постачальників і стан розрахунків з ними
Відомість результатів інвентаризації товарів і тари	Дані про розбіжності між обліковими даними і фактичною наявністю товарів і тари	Контроль за зберіганням кооперативної власності, якості торговельного обслуговування

У дисертації обґрунтована необхідність у стратегічному і прогностичному аудиті комерційної діяльності торговельного підприємства. Це стосується насамперед оперативного фінансового менеджменту, яким ведеться пошук ринку збуту товарів певного асортименту, його конкурентоспроможності на внутрішньому і світовому ринках. Для цього пропонуємо використовувати економічно-математичні методи, застосування яких ілюструємо конкретними прикладами з практики діяльності підприємств роздрібно-ї торгівлі споживчої кооперації.

У системі споживчої кооперації відсутня система внутрішньої інформації, в тому числі і система показників внутрішнього аудиту фінансового стану. Відсутність такої системи не дозволяє управлінцям обґрунтувати фінансові плани, скорегувати напрями майбутньої діяльності торговельних підприємств з метою одержання максимального прибутку. Невизначеність показників і їх оптимальних значень для споживчої кооперації робить неможливим проведення порівняльного аналізу як у цілому у споживчої кооперації, так і у торгівлі. Не розраховуються такі важливі показники діяльності в умовах ринку як платоспроможність організацій, їх ліквідність, маневреність. Відсутність системи внутрішнього аудиту фінансового стану, яка відповідає б сучасним вимогам господарювання, є причиною критичного стану фінансів споживчої кооперації України в цілому.

Аудит фінансового стану підприємств роздрібно-ї торгівлі має певну відмінність від аудиту інших підприємств. Ці відмінності полягають у оцінці фінансового стану підприємств торгівлі, фінансової стабільності торговельного підприємства, його ліквідності, фінансової мобільності. У дисертації ці відмінності розкриті у методичних особливостях аудиту, зокрема в алгоритмах розрахунків, інформаційному забезпеченні, узагальненні результатів досліджень та в їх використанні для підвищення ефективності комерційної діяльності підприємств торгівлі споживчої кооперації.

Таким чином, розроблені у дисертації методичні рекомендації і пропозиції по удосконаленню обліку і аудиту комерційної діяльності в умовах ПЕСМ, містять певну наукову новизну, сприяють

підвищенню ефективності процесу товарообертання, задоволення купівельного попиту населення, чим позитивно впливають на фінансовий стан підприємств роздрібної торгівлі.

Основні положення дисертаційного дослідження відображені у таких публікаціях:

1. Експертні оцінки в аудиторському контролі з використанням ЕОМ // Облік і аудит. Брошура. Київ, 1992. - 0,75 д.а. (у співавтор.)

2. Оперативний облік товарообертання на підприємствах роздрібної торгівлі продовольчими товарами системи споживчої кооперації // Теми доповідей наукової конференції. - Львів, 1993. - 0,2 д.а.;

3. Прибуток - основний елемент оцінки діяльності торговельних підприємств // Теми доповідей конференції професорсько-викладацького складу і аспірантів Академії. - Львів, 1995. - 0,2 д.а.

4. Мета, предмет і напрямки внутрішнього аудиту в роздрібній торгівлі споживчої кооперації // Теми доповідей наукової конференції. - Львів, 1995. - 0,2 д.а.

АНОТАЦІЯ

Мыцак Ольга Васильевна. Учет коммерческой деятельности и аудит финансового состояния предприятий розничной торговли продовольственными товарами /на материалах розничной торговли продовольственными товарами системы потребительской кооперации/.
Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.06.04 "Бухгалтерский учет, анализ и аудит". Защита состоится 7 сентября 1995 года во Львовской коммерческой академии.

В диссертации исследуются учет коммерческой деятельности и аудит финансового состояния предприятий розничной торговли продовольственными товарами системы потребительской кооперации. Излагается разработанная автором методика разделения существующего

бухгалтерского учета на управленческий и финансовый в единой системе хозяйственного учета на базе использования ПЭОМ. Предложены рекомендации по организации внутреннего аудита маркетинговой деятельности, стратегического и прогнозного аудита в оперативном менеджменте, внутреннего аудита финансового состояния предприятий розничной торговли продовольственными товарами потребительской кооперации.

Ключевые слова: предприятия розничной торговли, товарообращение, управленческий учет, финансовый учет, внутренний аудит маркетинговой деятельности, аудит финансового состояния.

RESUME

MYTSAK Olga Vasilyevna. Commercial activity accounting and auditing of financial standing of food commodities retail trade enterprises (based on the materials of food commodities' retail trade in the system of consumer cooperation). Manuscript.

Dissertation for the academic degree of candidate of economic sciences in the speciality 08.06.04 "Accounting, analysis and auditing". Dissertation will be defended on September 7, 1995 in the Lvov Academy of Commerce.

Dissertation examines commercial activity accounting and auditing of financial standing of food commodities retail trade enterprises in the system of consumer cooperation. Elucidates methods, developed by the author, of dividing the existing accounting into management and financial accounting within the uniform system of economic accounting on the basis of application of PC. Suggests recommendations for organization of internal auditing of marketing activity, strategic and prognostic auditing in operational management, internal auditing of financial standing of food commodities retail trade enterprises in consumer cooperation.

Key-words: retail trade enterprises, commodity circulation, management accounting, financial accounting, internal auditing of marketing activity, auditing of financial standing.

Нідписано до друку 10.07.95
Формат 60x84/16. Папір' множ.зв. Друк офсетний.
І,25 др.арк. І,16 ум.др.арк. І,43 обл.-вид.арк.
Тираж 100 екз. Зам. ЗІО.
Віддруковано в друкарні ДКА.
м.Львів-ІІ, вул.Самчука,6

311848

AB 32.930

AB 32.930