

increase in quality, which some economists (including O.B. Pugachenko) equate to the so-called synergistic effect [2, p. 64].

If the company has achieved the desired result for which it was created, or for other reasons is unable to continue the usual consistent activities – it must go through the process of termination (which is a process of liquidation). Therefore, the third and final process involves the liquidation of the entity and involves the termination of the entity for certain objective reasons. Such reasons may be: either an arrangement to terminate with the consent of the founders, or by changing the entity's legal form as a result of its reorganization, or by conducting a bankruptcy procedure of the entity, etc. At this stage, it is necessary to first determine the responsible persons for accounting, to create a liquidation commission. The task of accounting is to make the necessary settlements with creditors according to their turn, to cooperate with state and controlling bodies on liquidation of the enterprise, formation of liquidation balance sheet, etc.

In any process, the accounting system is in close liaison with the tax authorities. It is the application of the process approach to the activity of the enterprise that is relevant for determining the system of taxation of the enterprise, because for example to the operating activity of the enterprise and the process of liquidation, completely different rules of taxation legislation apply.

Literature

1. Облік і правове забезпечення господарських процесів підприємства: навчальний посібник / Г.І. Ляхович, Н.Я. Зарудна, О.М. Кундеус, Т.А. Яковець. Тернопіль: КРОК, 2017. 343с.
2. Пугаченко О.Б. Облік процесів матеріального забезпечення в системі управління хлібопекарними підприємствами : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.09. Одеса, 2008. 220 с.

Ірина Бенько

Тернопільський національний економічний університет

ОЦІНКА СТАНУ ОБЛІКУ ТОРГОВЕЛЬНИХ КОМПАНІЙ

Проблеми організації обліку фінансового-господарської діяльності торговельних компаній у період впровадження міжнародних стандартів обліку досліджували провідні українські та зарубіжні вчені-науковці: О.С. Бородкін, Ф.Ф. Бутинець, С.Ф. Голов, І.В.Жолнер, В.М.Костюченко, М.В. Кужельний, В.Ф.Палій та інші.

Незважаючи на велику кількість наукових досліджень фінансового-господарської діяльності підприємств виникає потреба у їх систематизації,

вдосконаленні, уніфікації та приведенні до конкретного суб'єкта діяльності. Це дозволить зберегти міцні ринкові позиції в умовах жорсткої конкуренції підприємств, визначити конкурентоспроможність суб'єкта господарювання, його фінансову стабільність, плато і кредитоспроможність, ступінь використання фінансових ресурсів і капіталу в період впровадження та застосування міжнародних стандартів обліку.

Різносторонній розгляд проблематики організації обліку торговельних компаній свідчить про наявність специфічних аспектів та значний інтерес до цих питань. Разом з тим комплексне дослідження господарської діяльності торговельних компаній як об'єкта обліку і звітності, його методології та організації майже не проводилось. Не вирішено низку проблем у дослідженні теоретико-методологічних засад бухгалтерського обліку торговельних компаній. Все це потребує удосконалення методології та організації бухгалтерського обліку, застосування сучасних інформаційних технологій, що обумовило вибір теми даного дослідження та його актуальність.

У секторі роздрібної торгівлі дохід є одним з найважливіших показників, які використовуються для інформування зацікавлених сторін про результати діяльності компанії.

Може здатися, що особливих проблем з обрахунком доходів у компаній роздрібної торгівлі бути не повинно. Однак не варто недооцінювати масштаб труднощів, з якими доводиться зіштовхуватися роздрібним операторам. Одним з таких проблемних напрямів є облік коштів стимулювання продажів, включаючи різні програми підвищення лояльності покупців, знижки та ваучери. Правила обліку засобів стимулювання продажів за МСФЗ в останні роки набули більш директивного характеру і тепер розкриваються компаніями роздрібної торгівлі у своїй фінансовій звітності [2].

Закупівля і управління запасами – одні з найбільш важливих факторів успіху компаній роздрібної торгівлі. Як правило, компанії утримують досить великі обсяги запасів, щоб виконати різноманітні і постійно мінливі вимоги різних груп споживачів.

Деякі роздрібні оператори щоденно відстежують споживчий попит для того, щоб забезпечити достатній рівень запасів у своїх магазинах.

Різноманітні продукти, що реалізуються компаніями, мають обмежений термін зберігання, інші змінюються під впливом моди і попиту, і, нарешті, на більшість з них чинять тиск ціни конкурентів. Всі ці ризики вимагають проводити регулярну перевірку запасів на предмет наявності ознак знецінення. Інші труднощі, з якими зіштовхуються компанії роздрібної торгівлі, – це порядок обрахунку знижок, отриманих від постачальників, і порядок розрахунку собівартості запасів.

Практично всі компанії розкривають інформацію про порядок розрахунку собівартості запасів за методами середньозваженої вартості та ФІФО, деякі компанії також застосовували метод роздрібних продажів [1].

Демографічні характеристики споживачів у різних регіонах можуть відрізнятися, тому вибір місця розташування магазину є одним з найважливіших чинників успіху компанії роздрібною торгівлі.

У роздрібних операторів, як правило, є інвестиційний план для кожного регіону або району, в яких вони працюють, включаючи стратегію придбання або оренди об'єктів майна.

Хоча з операційної точки зору істотних відмінностей у тому, купує компанія об'єкти або орендує їх, нема, відповідно до діючих МСФЗ значний вплив на показники бухгалтерського балансу може спричинити факт оренди магазинів за договорами операційної оренди, що відповідають критеріям, встановленим для обліку операційної оренди.

Нематеріальні активи, зокрема бренди, товарні знаки, відображають взаємини з клієнтами та відіграють важливу роль в успішній діяльності компаній роздрібною торгівлі. Незважаючи на те, що ці активи мають вагоме значення, як правило, вони не представляють собою великих сум за статтями в бухгалтерському балансі. Одна з причин полягає в тому, що стосовно таких активів часто діє високе граничне значення визнання, якого звичайно дотримуються при їх прямому придбанні або придбанні в результаті об'єднання бізнесу, але якого складніше дотримати, коли активи створюються самим підприємством. З метою розширення бізнесу роздрібні оператори часто укладають договори на використання своїх брендів і товарних знаків. Зокрема, така тенденція поширена на ринку предметів розкоші, а також серед роздрібних магазинів, що практикують модель франчайзингу.

Найчастіше в бухгалтерському балансі зазначають активи, пов'язані з програмним забезпеченням, а також значне сальдо зафіксовують за брендами, товарними знаками і ліцензіями.

Компанії роздрібною торгівлі схильні до ряду ризиків, пов'язаних як з поточною, так і з минулою діяльністю, які можуть призвести до відпливу грошових коштів у майбутньому. Ці ризики найчастіше стосуються реалізованої продукції, судових розглядів з конкурентами і клієнтами, зобов'язань за різними програмами реструктуризації та закриття магазинів.

МСФЗ містять жорсткі критерії, які необхідно виконати до визнання резерву на реструктуризацію, а також вимоги до детального розкриття інформації про характер зобов'язання і терміни відтоку грошових коштів на його виконання.

Всі компанії розкривають ставлення своєї облікової політики щодо визнання резервів. Найбільш часто розкривається інформація про резерви

щодо реструктуризації, обтяжливих контрактів і видатків на виведення з експлуатації або закриття магазинів.

Для оцінки результатів фінансової та операційної діяльності компанії роздрібної торгівлі використовують широкий спектр ключових показників ефективності. Найчастіше такі показники повинні давати акціонерам і аналітикам можливість сформулювати точне та повне уявлення про фінансовий стан і являють собою заходи, яким в інвестиційному співтоваристві надається величезне значення. Найпоширенішими показниками операційної діяльності є кількість магазинів і загальний розмір торгових площ.

З метою залучення більшої кількості покупців торговельні компанії надають широкий спектр знижок. Їх правильний облік має важливе значення.

Для того, щоб торговельні компанії успішно функціонували і розвивалися далі в Україні необхідно:

- удосконалювати діюче законодавство, що регулює підприємницьку діяльність та прийняти нормативні акти, спрямовані на забезпечення розвитку ринкових відносин;

- створити дієву систему мікрокредитування спеціалізованими установами;

- зменшити кількість ліцензійних процедур, що знаходяться у компетенції центральних органів виконавчої влади;

- створити умови для збільшення кількості працівників, які зайняті в сфері торгівлі, що сприятиме підвищенню рівня зайнятості та скороченню безробіття;

- послуги торговельних компаній повинні задовольняти найрізноманітніші сегменти ринку: населення, комерційні структури, державний сектор економіки;

- активна цінова політика повинна бути спрямована на доступність послуг для різних категорій споживачів;

- активізувати процес залучення коштів юридичних і фізичних осіб до інвестування проектів розвитку торговельного бізнесу.

Література

1. Лучко М.Р., Бенько І.Д. Бухгалтерський облік у зарубіжних країнах: навч. посіб. Тернопіль: Економічна думка, 2016. 370 с.
2. Лучко М.Р., Бенько І.Д. Облік і фінансова звітність за міжнародними стандартами: навч. посіб. Тернопіль: Економічна думка, 2016. 360 с.
3. Мельник А.Ф., Іващук І.О., Бенько І.Д. Європейський союз: інституційні та економічні основи інтеграції: навч. посіб. Тернопіль: Матвей, 2014. 410 с.
4. Хорунжак Н.М. Облік в управлінні витратами бюджетних установ: монографія. Тернопіль : ТНЕУ, 2016. 232 с.

5. Яцишин С.Р., Бенько І.Д. *Форми організації підприємств у процесі укрупнення. Сталий розвиток економіки. Міжнародний науково-виробничий журнал. Хмельницький: Сталий розвиток економіки, 2015. – №2 (27). С.98–108.*

Тарас Бурденюк

Тернопільський національний економічний університет

АНАЛІТИЧНІ МОЖЛИВОСТІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО БАЛАНСУ

Сьогодні зростає інтерес до практичного використання показників балансу в управлінні економічними процесами, особливо в галузі інвестування, кредитування, збереження, відчуження, розподілу та перерозподілу власності, а також у формуванні фінансових, податкових відносин і в багатьох інших ситуаціях. У національній економіці, на жаль, більшість рішень оперативного, тактичного і стратегічного характеру не завжди ухвалюються на основі складених і підтверджених балансів. Вони у поєднанні з іншими формами фінансової звітності є джерелом інформації, яке здатне забезпечити прозорість і ефективність взаємовідносин у сфері господарювання.

“Баланс” походить від латинського слова “bilanx” – двочашовий, яке разом зі словом “libra” (ваги) означало у римлян двочашові ваги (libra bilanx); тому у ряді мов з’явилися слова, близькі до слова “bilanx”, що означали ваги: італійське – la bilancia, французьке – la balance, англійське – balance і т.д. У загальному розумінні баланс – це кількісне вираження співвідношення сторін, які врівноважуються. В обліку та аналізі фінансово-господарської діяльності широко застосовується балансове узагальнення інформації для обґрунтування і прийняття відповідних управлінських рішень. З економічної точки зору баланс – це система взаємопов’язаних показників, які характеризують наявність матеріальних, технічних, трудових і фінансових ресурсів, та їх використання. Економічні баланси характеризують сукупність предметів і явищ, які зіставляються між собою у грошовому виразі та в натуральній формі [1]. Бухгалтерський баланс – звіт про фінансовий стан підприємства, який відображає на певну дату його активи, зобов’язання та власний капітал. Баланс відображає різні аспекти господарських операцій і подій за звітний період, відповідну інформацію попереднього періоду, що робить можливим горизонтальний та вертикальний аналіз оцінювання фінансового стану підприємства із застосуванням коефіцієнтів (структури ресурсів, ліквідності й