

## ІНФОРМАЦІЙНО-ОБЛІКОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМИ ЗАПАСАМИ ТОРГІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Розквіт торгівлі на ринках у даний час став відчутним чинником конкуренції у сфері товарного обігу і здійснює суттєвий вплив на колективну і приватну форми торгівлі. Товарні операції для торговельного підприємства є основною статтею оборотних коштів, за рахунок яких у процес торговельної діяльності (обороту) підприємство отримує прибутки, які є метою та основою життєдіяльності будь-якого підприємства, тому оперативний та достовірний їх облік на підприємстві є також невід'ємною частиною управління підприємством, без якого неможливе досягнення цілей підприємства.

Від достовірності, об'єктивності та повноти відображення в бухгалтерському обліку й звітності господарських фактів, пов'язаних із рухом товарів залежить правильність визначення, а також правдивість і неупередженість усіх суттєвих для користувачів показників, які характеризують результати господарської діяльності та реальний фінансовий стан підприємства торговельного підприємства.

Характеризувати товари можна через ціну, якість, конкурентоспроможність, або інші характеристики і як носія функціонально-корисних властивостей, який задовольняє потреби споживачів, товар можна розглядати із загальних і конкретних позицій. Із загальних позицій розглядають, саму ідею створення товару безпосередньо для споживачів. Із конкретних позицій розглядають реальний товар, який має чітко окреслені ознаки: сумісність (свідчить про ступінь відповідності товару поточним знанням і поведінці покупців); випробовуваність (характеризує ступінь необхідного випробовування товарів на ринку); спостережливість (характеризує ефект вилування товару на покупців при попередньому спостереженні до здійснення покупки); швидкість (пов'язана з відчуттям покупцем вигоди від споживання товару); простота (легкість розуміння можливостей використання товарів для покупців); відносні переваги (показує, чи відрізняється цей товар серед товарів цього класу і асортименту); символізм (характеризує ставлення покупця до конкретної торгової марки).

З іншого боку, товари підлягають споживанню, тому мають певні споживчі характеристики: властивості (якість, відмінні особливості, стиль); товарна марка; імідж; упаковка та сервіс. У процесі розвитку товару підприємство приймає такий рівень якості, який би зміцнював його позицію на ринку. Якість характеризує довговічність, надійність, точність, легкість в користуванні та інші споживчі властивості товару.

Аналізуючи визначення товарів, які надають науковці в літературних джерелах, його можна обґрунтувати наступним чином: *товарні запаси* – це товари, які очікують моменту реалізації. Вони формуються з метою безперервної реалізації товарів на випадок збоїв у процесі постачання і постійного оновлення.

До організації та ведення торговельної діяльності ставиться ряд специфічних вимог. Зокрема особливості торговельної діяльності зумовлюють специфіку організації бухгалтерського обліку товарів в торгівлі: облік товарів у роздрібній

торгівлі ведеться у вартісному вираженні за цінами продажу; торговельна націнка у роздрібній торгівлі включає суму податку на додану вартість, сплачену постачальнику, власну торговельну націнку підприємства торгівлі та ПДВ на суму цієї торговельної націнки; облік торговельних націнок ведеться на окремому регулюючому субрахунку 285 «Торгова націнка»; у балансі торгового підприємства залишок товарів відображають за собівартістю придбання (без суми торгової націнки) з урахуванням транспортно-заготівельних витрат, тому сальдо рахунку 28 «Товари» показують згорнутим; транспортно-заготівельні витрати (ТЗВ) включають до собівартості придбаних товарів, тому їх обліковують на рахунку 28 «Товари» або безпосередньо у вартості придбаного товару; у галузі оптової та роздрібної торгівлі відсутній процес виробництва, а у громадському харчуванні він досить специфічний, що зумовлює ряд особливостей в організації обліку цієї стадії кругообігу засобів торгово-виробничого підприємства та ін.

Перелічені особливості впливають на організацію і методику ведення бухгалтерського обліку та визначення фінансових результатів торговельної діяльності.

Внутрішній контроль виступає саме тим забезпеченням, яке необхідне для досягнення поставленої мети, що дозволяє здійснювати контроль за майном, а також за ефективністю його використання. Внутрішній контроль товарних запасів проводиться фінансово-економічними службами підприємства, окремими аудиторами і консультантами, його результати використовуються для планування, контролю і прогнозування фінансового стану підприємства.

На нашу думку, основними проблемами обліку товарів на торговельних підприємствах є:

- нераціональність ведення торговельних націнок на субрахунку 285 (доцільно ввести синтетичний рахунок 29 «Торгова націнка», на якому буде обліковуватись торговельна націнка роздрібних та оптових торговельних підприємств);

- потребує впорядкування бухгалтерський облік операцій з продажу товарів з можливістю аналітичної й синтетичної деталізації для раціональної організації їх контролю та прийняття обґрунтованих управлінських рішень (доцільно введення рахунків третього порядку до рахунків 702 «Дохід від реалізації товарів» і 704 «Вирахування з доходу»);

- відсутність служби внутрішнього контролю на торговельних підприємствах.