**Гудзенко Наталія Миколаївна. Облік і контроль збуту в операційній діяльності сільськогосподарських підприємств : Дис... канд. наук: 08.06.04 – 2007**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | **Гудзенко Н.М. Облік і контроль збуту в операційній діяльності сільськогосподарських підприємств. – Рукопис.**  Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.04 – бухгалтерський облік, аналіз та аудит. – Національний аграрний університет, Київ, 2006.  Дисертацію присвячено теоретичному та методологічному обґрунтуванню положень, розробці науково обґрунтованих практичних рекомендацій щодо удосконалення обліку та посилення контролю збуту в операційній діяльності сільськогосподарських підприємств в умовах трансформаційної економіки.  У роботі узагальнено теоретико-методологічні підходи до розкриття економічної суті збуту, визначено його місце та роль в операційній діяльності підприємства, досліджено можливість зменшення та попередження ризиків, пов’язаних зі збутом товарної сільськогосподарської продукції шляхом використання системи внутрішнього контролю. Сформовано модель збутової політики підприємства та визначено її вплив на організацію обліку.  Обґрунтовано необхідність визначення в обліку комерційної собівартості для потреб управління та контролю. Удосконалено класифікацію витрат на збут і механізм їх групування на рахунках бухгалтерського обліку для формування комерційної собівартості та об’єктивної оцінки фінансових результатів операційної діяльності.  В дисертації уточнено і доповнено методику внутрішнього контролю збутової діяльності, що дозволить підвищити оперативність та ефективність управління процесом збуту. | |
| |  | | --- | | У дисертації наведено теоретичне узагальнення й вирішено наукове завдання, що полягає в розробці науково-методичних і практичних підходів щодо удосконалення обліку та контролю збуту в операційній діяльності сільськогосподарських підприємств. На основі одержаних результатів зроблено наступні висновки:  1. Роль і місце збуту в господарському процесі залежить від механізму господарювання і змінюється під впливом стратегії підприємства та напрямів його розвитку. Аналіз сучасного стану обліку і контролю збуту в операційній діяльності свідчить про недоліки діючої методики обліку збутових операцій та відсутність ефективного управління збутом.  2. Збут з позицій управління, маркетингу, обліку в широкому розумінні є послідовною зміною операцій в процесі здійснення торгової діяльності, а у вузькому – сукупністю дій, що забезпечують отримання фінансового результату. Він охоплює операції з моменту відчуження товару до передачі права власності на нього покупцеві та визначення фінансового результату. Організацію й ефективне управління збутовим процесом забезпечує маркетинг як підсистема менеджменту, що включає реалізацію збутової політики з визначенням каналів, методів збуту та розрахунку збутових витрат.  3. Збутова політика підприємства формується сукупністю збутових стратегій маркетингу і комплексом заходів з формування асортименту товарної продукції та ціноутворення, стимулювання збуту, укладання договорів, транспортування, та іншим організаційних аспектів збуту. Модель збутової політики залежить від мети діяльності підприємства, середовища його функціонування, включає цілі збуту, завдання збутової діяльності, передбачає визначення її стратегії і тактики з використанням прогнозування, планування, обліку, аналізу та контролю збутових операцій.  4. Збутова діяльність сільськогосподарського підприємства охоплює процес збуту, його цілі, засоби їх досягнення та фінансовий результат, розмір якого залежить від співвідношення витрат і доходів (виручки). На фінансовий результат впливає рівень ризику збутових операцій та невизначені ризики, зумовлені ринковою кон’юнктурою, ціновими й іншими макроекономічними факторами.  5. Для визначення фінансових результатів і комерційної собівартості вдосконалено класифікацію збутових витрат по відношенню до процесу збуту, за часом здійснення, функціональністю, видами товарної продукції. Обґрунтовано необхідність відокремлення в обліку витрат маркетингової та збутової діяльності. Це дозволить проводити оцінку їх зміни в часі, оцінити вплив на результати діяльності, досягнення стратегічних цілей збуту.  6. Відображення інформації про збутові операції в бухгалтерському обліку здійснюється відповідно до обраної облікової концепції за принципами, поділеними на загальні, часткові й особливі. В основі класифікації – розмежування організації діяльності за господарськими процесами. Це дозволяє врахувати відмінності між принципами обліку за їх організаційною роллю: економічні, комерційні, бухгалтерські. Загальні та часткові принципи незмінні, тоді як зміст і смислова характеристика специфічних принципів змінюється залежно від предмета і об’єктів обліку.  7. Доведено необхідність відокремленого облікового відображення прямих і непрямих витрат маркетингової та збутової діяльності для забезпечення можливості формування в обліку комерційної собівартості. Запропоновано перейменувати рахунок 90 „Собівартість реалізації” на „Комерційна собівартість” та, відповідно, вдосконалити методику обліку витрат збутової діяльності на рахунках 90 „Собівартість реалізації” і 93 „Витрати на збут”.  Результати досліджень вказують, що витрати на збут є складовою маркетингових витрат. З огляду на це доцільно перейменувати рахунок 93 „Витрати на збут” на „Маркетингові витрати”, на якому об’єкти обліку деталізувати за видами маркетингової діяльності на окремих субрахунках до рахунка 93: 931 „Витрати на збут”, 932 „Комерційні витрати”, 933 „Інші маркетингові витрати”.  8. Для розрахунку комерційної собівартості запропоновано 2 методи ведення обліку витрат на збут за вибором підприємства: 1) витрати збутової діяльності, облік яких ведеться на рахунках 23 „Виробництво” і 941 „Витрати на дослідження і розробки”, одночасно списувати на рахунок 93 „Витрати на збут”. Витрати адміністративного характеру і майбутніх періодів, які стосуються збуту продукції, розмежовувати в складі рахунків 92 „Адміністративні витрати” і 39 „Витрати майбутніх періодів” за субрахунками з подальшим їх списанням у кінці звітного періоду на рахунок 93; 2) всі витрати збутової діяльності відображати на рахунку 93 „Витрати на збут” і в межах рахунка проводити їх розмежування на субрахунках за видами витрат (постійні та змінні збутові витрати).  9. Аналітичну деталізацію облікових даних для управління та посилення контролю запропоновано здійснювати за такими критеріями: спрямованість інформаційних потоків; об’єкти аналітики; часова періодизація; вартісні категорії. Виходячи з цього розроблена схема аналітичної деталізації обліку доходів від реалізації. Для вдосконалення аналітичного обліку збутових витрат розроблено Відомість обліку витрат збутової діяльності та Відомість обліку збуту за каналами.  10. Враховуючи роль і значення системи контролю в процесі управління збутом удосконалено класифікацію видів контролю, охарактеризовано внутрішній контроль, його можливості у зниженні інформаційного ризику, який виникає в процесі здійснення та облікового відображення збутових операцій.  11. За результатами оцінки інформаційно-методичного забезпечення системи контролю, вивчення особливостей організації внутрішнього контролю з'ясовано й охарактеризовано елементи, які визначають його зміст і наповнення, впливають на організацію та здійснення контрольних заходів. Удосконалено модель контролю збутової діяльності (предмет, об’єкти, етапи, суб’єкти) з урахуванням часового аспекту та в її межах розглянуто можливості використання методичних прийомів контролю. Для окреслення меж внутрішнього контролю збутової діяльності доведено необхідність розробки в сільськогосподарських підприємствах внутрішньогосподарських регламентів. | |