

9. Соглашение о единых правилах государственной поддержки сельского хозяйства [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.eurasiancommission.org/ru/act/prom_i_agroprom/dep_agroprom/sxs/Pages/default.aspx. — Дата доступа: 27.05. 2014.

10. Государственная программа устойчивого развития села на 2011–2015 гг. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.msph.minsk.by/programms/b05296a6fb2ed475.html>. — Дата доступа: 26.05. 2014.

11. Анализ уведомлений государств — членов Таможенного союза и Единого экономического пространства об объемах государственной поддержки сельского хозяйства за 2011 год [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.eurasiancommission.org/ru/act/prom_i_agroprom/dep_agroprom/sxs/Documents/formstudy.pdf. — Дата доступа: 26.05. 2014.

12. Евразийская экономическая комиссия. Формирование общего аграрного рынка Таможенного союза и Единого экономического пространства: этапы и перспективы [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/EuropedocumentsdocsASISAMPrez5_ru.pdf. — Дата доступа: 26.05. 2014.

*Статья поступила
в редакцию 01.07. 2014 г.*

Е.А. СИНЕЛЬНИКОВА

МОДЕЛЬ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Экономические условия трансформации национальной экономики определяют подходы к управлению процессами формирования цен субъектами хозяйствования. Либерализация ценообразования в Республике Беларусь на современном этапе стала основной предпосылкой трансформации подходов к системе ценообразования организаций всех форм собственности. Формирование эффективной системы ценообразования в современных условиях хозяйствования выступает одним из основных факторов конкурентоспособности организации на рынке. Главным критерием эффективности действующей системы ценообразования является результативность деятельности организаций.

Потребительская кооперация является частью экономического потенциала мирового кооперативного движения и экономики Республики Беларусь, однако показатели развития розничного товарооборота потребительской кооперации, как и показатели прибыльности, отстают от мировых и республиканских значений (табл. 1). Поскольку цены являются основным элементом экономики организации, который формирует доход, то причины сложившейся ситуации заключаются также в проблемах, связанных с подходами к управлению процессами формирования цен. Интеграция потребительской кооперации в новые экономические отношения страны требует преобразований системы ценообразования и ее приспособления к рыночным условиям. Однако структурной оптимизации системы ценообразования в потребительской кооперации в ходе реформирования национальной экономики не происходило, а просто опыт организаций других форм собственности применялся к потребительской кооперации, имеющей специфические условия хозяйствования (социальная функция деятельности, наличие паевой формы собственности, системный и дифференцированный характер деятельности, внутрисистемные расчеты, товарообеспечение, организационная структура).

Елена Александровна СИНЕЛЬНИКОВА, ассистент кафедры информационно-вычислительных систем Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации.

Таблица 1. Показатели развития розничного товарооборота, рентабельности торговли в Республике Беларусь и потребительской кооперации за 2009—2013 гг.

Показатель	Год				
	2009	2010	2011	2012	2013
Темп роста розничного товарооборота торговли, %:					
Республика Беларусь	107,9	124,7	174,1	179,2	128,0
потребительская кооперация	112,2	118,5	170,4	171,9	109,5
Рентабельность продаж торговли, в % к обороту:					
Республика Беларусь	2,8	2,7	5,4	4,3	3,3
потребительская кооперация	0,55	0,58	2,31	1,04	0,16

Примечание: наша разработка на основе [1].

Проблемами управления процессами формирования цен в потребительской кооперации занимались А.Г. Авеkitян, С.О. Белова, С.В. Гаркушов, Т.В. Емельянова, А.Н. Лебедев и др. Однако эти исследования в основном касались начального этапа либерализации цен. С развитием рыночных отношений проблема эффективной системы ценообразования потребительской кооперации по-прежнему оставалась нерешенной, она значительно обострилась при ужесточении конкуренции на рынке потребительских товаров и торговых услуг, так как система ценообразования слабо учитывает специфику поведения потребителя и его экономические интересы, интересы всех хозяйствующих субъектов потребительской кооперации. Применение общепринятых методов формирования цен без учета особенностей потребительской кооперации приводит к ухудшению финансового положения всей отрасли.

Система ценообразования в механизме функционирования национальной экономики включает систему цен и механизм ценообразования. В макроэкономической трактовке система ценообразования направлена на обеспечение эквивалентного обмена результатами труда товаропроизводителей с учетом общественной потребности в их продукции и платежеспособного спроса потребителей на нее [2]. Если в условиях директивной экономики для каждого вида цен централизованно определяются методология и особенности формирования, то в транзитивной экономике они вырабатываются по единой концепции [3], а специфику вида хозяйственной деятельности обслуживаемого сегмента учитывает сама организация, устанавливающая конкретную цену на товар. Некоторая условность и невозможность применения единой концепции ценообразования без учета специфики отраслей потребительской кооперации привели к ситуации разной рентабельности субъектов хозяйствования, входящих в состав потребительской кооперации (табл. 2).

Таблица 2. Сравнительная характеристика уровней рентабельности видов хозяйственной деятельности за 2013 г., %

Показатель	Торговля	Общественное питание	Промышленность	Заготовки	Транспорт
Республика Беларусь	3,30	5,60	7,40	3,90	9,80
Потребительская кооперация	0,16	-0,10	2,79	1,08	1,80

Примечание: наша разработка на основе [4; 5].

В современных условиях рыночной экономики основой управления формированием цен является рынок, который через систему цен осуществляет

управление и регулирование в сфере производства, реализации, обмена и обращения товаров (продукции), а механизмом реализации выступает конкуренция [4, 53]. Однако механизм рыночного ценообразования в чистом виде к условиям потребительской кооперации нельзя применять, так как цены на продукцию, реализуемую на сельском рынке, в первую очередь отражают социальную направленность деятельности субъектов на этом рынке. Это не означает, что потребительская кооперация не должна изменять систему ценообразования, просто система ценообразования должна быть адекватной условиям работы отраслей потребительской кооперации, поведению потребителей.

Система ценообразования в организации определяется с позиции системного подхода, в основе которого лежит исследование управления процессами формирования цен как системы, которая состоит из множества элементов, находящихся в отношениях и связях друг с другом и образующих определенную целостность, единство [6]. Системообразующими принципами формирования системы ценообразования являются целостность, иерархичность, множественность, системность. Принцип целостности обеспечивает формирование системы ценообразования как единого целого и как подсистемы для экономики организации. Принцип иерархичности обуславливает наличие подчиненных подсистем. Принцип множественности позволяет использовать разнообразные кибернетические, экономические и математические модели для описания элементов и системы ценообразования в целом. Принцип системности требует рассмотрения элементов ценообразования в их взаимосвязи и системной иерархии. Достижение максимальной эффективности системы осуществляется с помощью целенаправленного итерационного процесса структурной реорганизации элементов системы, которая дает возможность получения системных эффектов с целью оптимизации прикладной цели в рамках заданных ограничений.

С учетом выявленных особенностей функционирования потребительской кооперации в управлении процессами формирования цен разработана схема модели системы ценообразования потребительской кооперации (рис. 1).

В современных экономических условиях реструктуризация ценообразования выступает как инструмент его инновационного развития. Реструктуризация ценообразования в торговле потребительской кооперации предполагает целенаправленный процесс структурных модификаций ценообразования, направленный на формирование единой системы, соответствующей требованиям рыночной экономики, на повышение конкурентоспособности торговых организаций, увеличение уровня дохода от торговли. Смоделированный механизм осуществления реструктуризации ценообразования в торговле потребительской кооперации представлен в виде схемы последовательной реализации трех ступеней (рис. 2). Для ее реализации разработаны предложения по совершенствованию ценообразования на каждой из ступеней реструктуризации, которые нацелены на повышение результативности деятельности с целью преодоления негативных тенденций, сложившихся в экономическом развитии потребительской кооперации.

Первая ступень является фундаментальной, поскольку именно с помощью методологии закрепляются основные положения и определяются правила формирования цен, которые не меняются в зависимости от того, кто и на какой срок устанавливает их, и едины для всех уровней установления цен. Исследование методологии формирования цен является необходимым условием формирования единой системы ценообразования. На основании анализа существующей методологии формирования цен разработаны предложения по ее изменениям. Суть изменений сводится к следующим основным предложениям: разработка концепции (программы) ценообразования в потребительской кооперации; реинжиниринг процесса формирования цен; внедрение системы трансфертного ценообразования; автоматизация ценообразования; аналитический контроль цен.

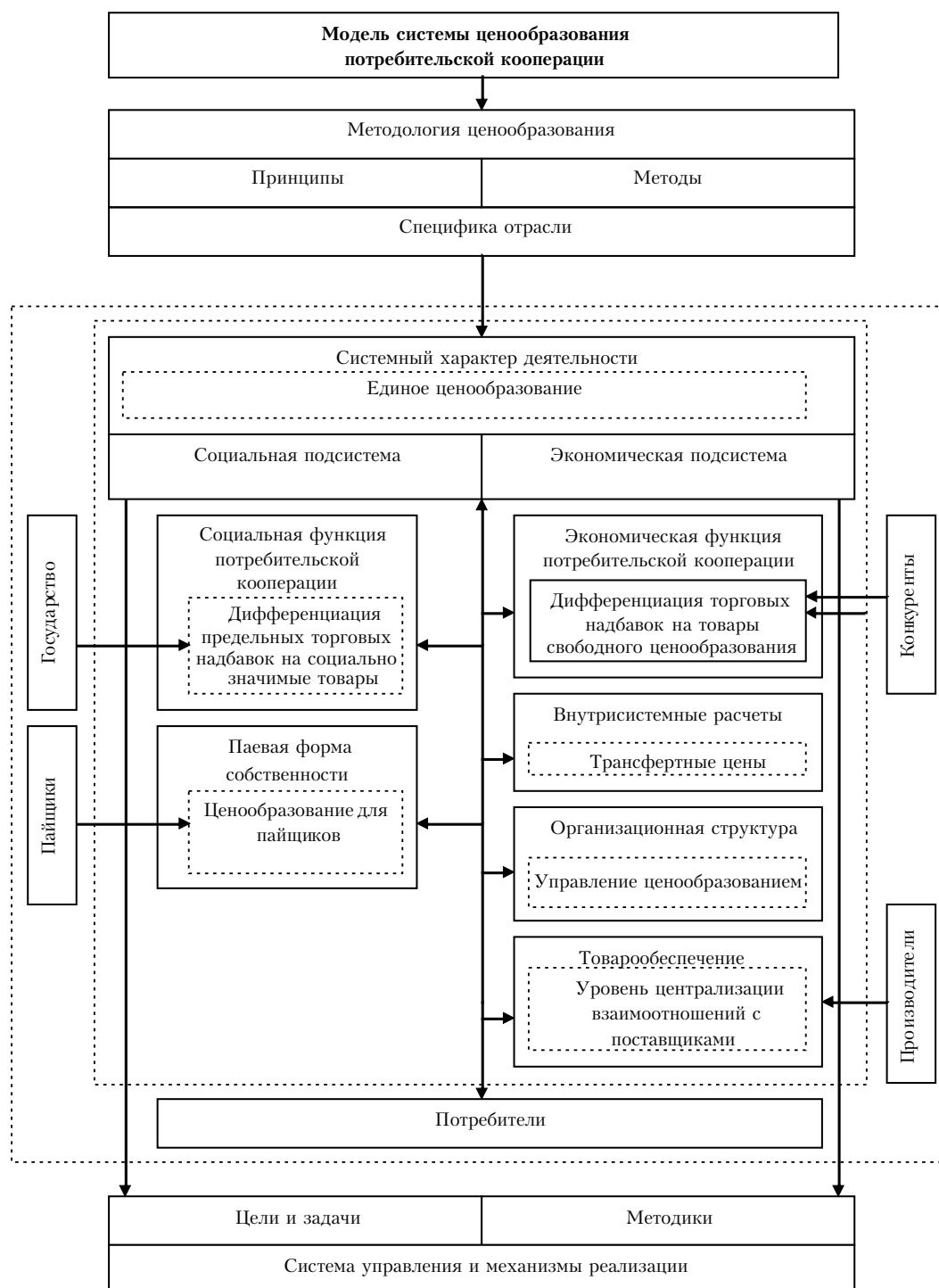


Рис. 1. Схема модели системы ценообразования потребительской кооперации

Вторую ступень реструктуризации ценообразования предлагается реализовать с помощью реинжиниринга процесса формирования цен. Реинжиниринг используется как прием инновационного менеджмента, и перепроектирование процессов становится возможным благодаря использованию информационных технологий. С помощью программно-технологического средства специального

класса CASE-средства AllFusion Process Modeler r7, поддерживающего методологию IDEF0 (функциональная модель), смоделированы логика и взаимодействие этапов процесса ценообразования. Функциональная модель предназначена для описания существующих бизнес-процессов в организации (модель AS-IS — «как есть») и идеального положения вещей — того, к чему нужно стремиться (модель TO-BE — «как должно быть»).



Рис. 2. Схема реструктуризации ценообразования в торговле потребительской кооперации

Обнаруженные недостатки при анализе этапов процесса существующего ценообразования в потребительской кооперации, т. е. в модели AS-IS, а также недостатки согласно методологии процессного подхода исправлены при создании модели TO-BE — модели новой организации процесса ценообразования (рис. 3). Основные изменения модели связаны, во-первых, с добавлением к управлению этапом выбора цели методики анализа взаимовлияния цен и целевых ориентиров, учета поэлементной социальной ответственности бизнеса; во-вторых, с добавлением к управлению этапом определения спроса методики влияния цен на потребительский выбор; в-третьих, с добавлением к управлению этапом анализа цен конкурентов методики обоснования ценовых решений на основе углубленной информации о конкурентах (объемы деятельности, финансовые возможности) и расширения инструментария анализа; в-четвертых, с определением допустимого уровня расходов на реализацию на этапе анализа расходов на реализацию; в-пятых, с добавлением к этапу расчета торговой надбавки определения ее дифференцированных уровней; в-шестых, с добавлением управления корректировки цены после ее окончательного установления; в-седьмых, с включением специалиста по маркетингу в качестве ответственного за механизм реализации этапов определения спроса, анализ цен конкурентов, установление окончательной цены.

Применение реинжиниринга процесса ценообразования позволит повысить эффективность управления процессом ценообразования и конкурентоспособность организации в целом.

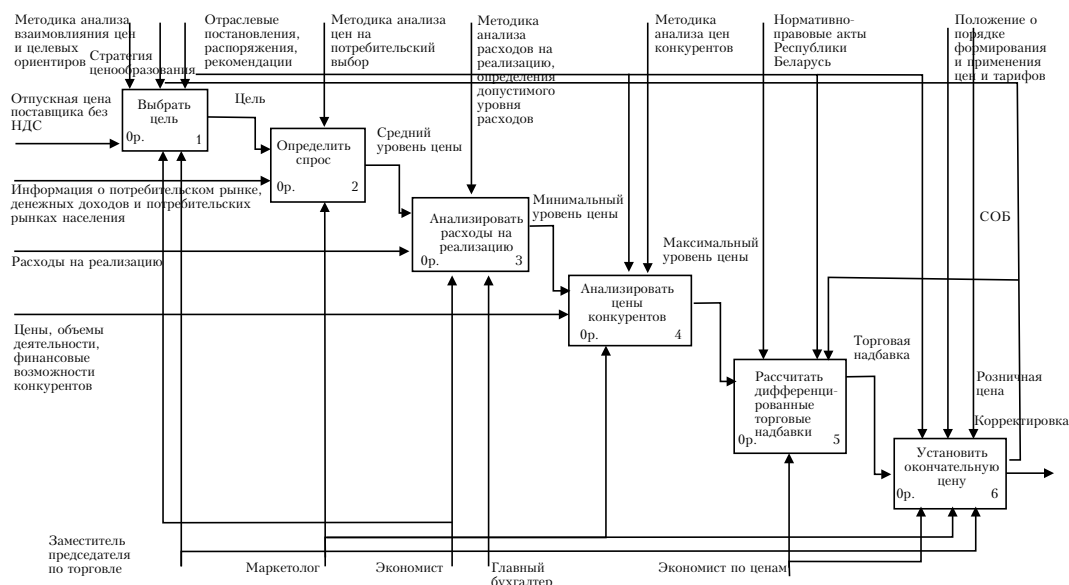


Рис. 3. Диаграмма декомпозиции модели ТО-ВЕ процесса ценообразования в потребительской кооперации

Третья ступень реструктуризации заключается в модификации выбора модели расчета уровня торговой надбавки, которая состоит в применении системы дифференцированных уровней торговых надбавок, а также розничных цен на реализуемые товары и разработке мероприятий по обеспечению их оперативной корректировки в зависимости от изменений ситуации на потребительском рынке и условий хозяйствования.

На наш взгляд, реализация предложенной идеи реструктуризации ценообразования в торговле потребительской кооперации представляет одну из самых сложных управленческих задач, в процессе решения которой необходимо учитывать последовательность осуществления ступеней, огромное количество ограничений, особенности управления ценами.

На основе мирового опыта кооперативных организаций, транснациональных корпораций, крупных торговых сетей предлагаются следующие основные направления совершенствования управления процессами формирования цен в потребительской кооперации:

1. Применение методики ценообразования для пайщиков. Одним из возможных подходов ценообразования для пайщиков является методика, основанная на компенсации выплат бонуса (премии, получаемой за участие в товарообороте кооперативной организации) за счет надбавок для продаж не пайщикам. Бонус пайщика выступает как основной стимул увеличения товарооборота кооперативной организации. Расчет надбавок для продаж не пайщикам производится в зависимости от размера бонуса на товарооборот и доли пайщиков в обслуживаемом населении. Мировой опыт кооперации свидетельствует, что даже при величине бонуса 5 % и более пайщики осуществляют большинство покупок в кооперативных магазинах. Верхняя граница охвата товарооборотом денежных средств пайщиков определяется их потребностями и платежеспособностью, нижняя — ценами в конкурирующих с кооперацией магазинах.

В качестве примера участия в бонусной программе пайщиков нами приведен механизм, который используется в британском кооперативе «Мидкаунтис Ко-оператив». Он заключается в следующем: на членскую карту кооператива

начисляются баллы при покупке товаров и обслуживании в кооперативных организациях (1 фунт = 1 балл) и за участие в общественной деятельности кооператива (баллы определяются на усмотрение кооперативного общества). Выплата заработанных баллов происходит ваучерами на денежную сумму больше установленного минимального предела для оплаты новых покупок или наличными на руки, или поручается использовать их в благотворительных целях или в виде любых пожертвований в размере 50 или 100 % от размера [7].

В зависимости от соотношения пайщиков и остального населения определяются три качественно отличающиеся друг от друга зоны, характеризующие прогнозируемое изменение показателей деятельности потребительской кооперации при введении бонуса:

1) зона безразличия. При реализации бонуса с соответствующими показателями этой зоны не следует ожидать снижения товарооборота от доли продаж не пайщикам из-за незначительного повышения цен;

2) зона возможного снижения товарооборота от доли продаж не пайщикам. Повышение цен при таком соотношении пайщиков и не пайщиков может оказать влияние на товарооборот, поэтому величины бонуса и цен следует подбирать эмпирически;

3) зона невозможности применения бонуса за счет повышения цен не пайщикам.

Следующий подход состоит в том, что ценовые преимущества пайщиков могут быть дифференцированы определенной системой торговых скидок в зависимости от данных паевых книжек (длительность пребывания в статусе пайщика, размер паевых взносов), степени вовлеченности в производственный процесс.

Не стоит забывать и про возможности использования дисконтных карт, которые также могут дифференцировать покупателей и пайщиков. Как пример дисконтные карты двух видов: «Дисконтная карта пайщика» — скидка от 3 до 7 % (для пайщиков потребительской кооперации), «Дисконтная карта» — скидка от 1 до 5 % в зависимости от объема покупок.

Стоит отметить, что ценообразование для пайщиков стимулирует заинтересованность потребителей в принадлежности к пайщикам, а увеличение количества пайщиков, товарооборота за счет продажи товаров пайщикам, стимулирование пайщиков к приумножению собственности и рентабельной работе потребительской кооперации по одному из рассмотренных подходов обеспечат развитие социально-экономической деятельности потребительской кооперации.

2. Внедрение методики расчета трансфертных цен на основе оптимизационного подхода. В действующей системе ценообразования потребительской кооперации при ведении раздельного учета по видам деятельности внутрисистемные цены формируются без включения рентабельности, т. е. отпуск продукции осуществляется по себестоимости. Таким образом, управление внутрисистемными ценами осуществляется по схеме управления прибылью, традиционной в большинстве организаций (рис. 4), когда для расчета эффективности работы взаимозависимых хозяйствующих субъектов (структурных подразделений) используются их расходы [8]. Согласно этой схеме, продукция, перемещаясь между структурными единицами, накапливает расходы, и внутрисистемные расчеты между структурными единицами производятся по сумме накопленных к этому моменту расходов, а прибыль возникает в конце — при продаже товара внешнему потребителю. Преимуществами этой схемы, особенно для организации, работающей в прогнозируемых стабильных или медленно меняющихся условиях, являются направленность работы на сокра-

щение расходов в своих структурных единицах, поиск эффективных или производительных приемов работы. Однако современные руководители объектов потребительской кооперации не заинтересованы в экономии расходов и снижении цен, во вкладах структурной единицы в прибыль организации, так как результативность их работы по-прежнему оценивается по валовым показателям и по показателям выполнения планов.

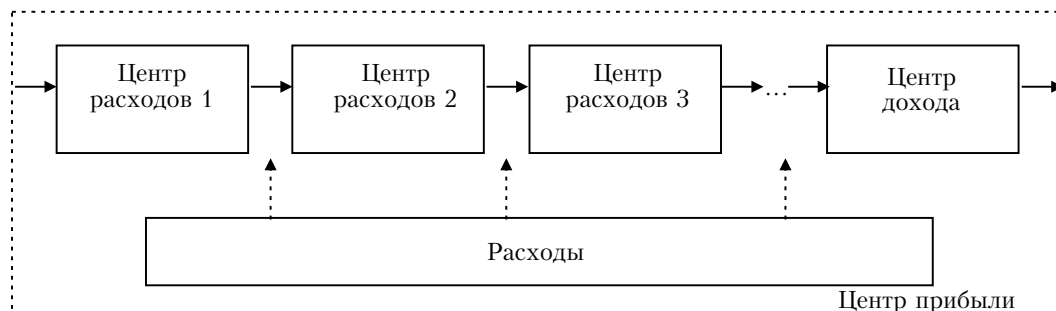


Рис. 4. Традиционная схема управления прибылью внутрисистемных расчетов потребительской кооперации

Предлагается использовать схему управления прибылью на основе многовариантных подходов к расчету внутрисистемных (трансфертных) цен (рис. 5), когда организация представляется с помощью совокупности центров прибыли и требуется, чтобы каждый из них был рентабелен [8]. Конечным результатом для руководителей структурных единиц является прибыль его подразделения, что дает ему значительную степень свободы по определению приоритетов в управлении расходами. Руководители могут оказывать определенное давление на предыдущее подразделение и прислушиваться к критике со стороны следующего. Кроме того, появляется и как угроза, и как необходимость поиска более дешевых и качественных аналогичных ресурсов вне организации. Таким образом, руководители мотивируются к поиску новых возможностей и получают большую свободу действий, имея в качестве ограничений только пороговые значения трансфертных цен. В результате становится очевидной связь между результативностью организации (ее прибылью) и достижениями, а значит, и премированием руководителей.

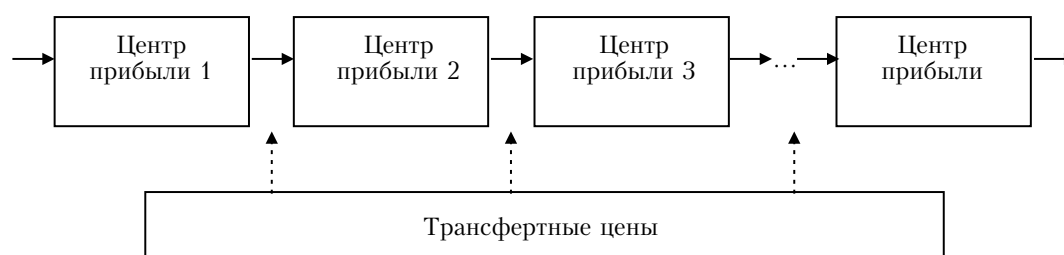


Рис. 5. Схема управления прибылью на основе трансфертных цен

Использование механизма трансфертного ценообразования направлено на достижение оптимального уровня производства, реализации и стимулирования управления структурными единицами, а также осуществления внутреннего контроля прибыльности потребительского общества.

В результате исследования теории и практики применения методов расчета трансфертных цен в организациях сложной структуры определено, что для расчета трансфертных цен применяются методы, ориентированные на рыночную текущую цену (рыночный), на расходы (затратный), на договорные цены (договорной). Методика расчета трансфертных цен на основе оптимизационного подхода включает следующие этапы:

- определение цели расчета трансфертных цен;
- обоснование задач, обеспечивающих достижение поставленной цели;
- подготовка информационной базы, необходимой для расчета трансфертных цен;
- расчет трансфертных цен для выделенных структурных единиц затратным, рыночным, договорным методами и их модификациями;
- определение влияния факторов на трансфертную цену;
- расчет трансфертной цены с учетом корректирующих коэффициентов;
- обоснование выбора оптимальной трансфертной цены.

Критерием оптимальности выбора метода расчета трансфертных цен с использованием оптимизационного подхода служит максимизация прибыли посредством распределения ее между структурными единицами в соответствии с целями организации. Оптимизационный подход позволяет обеспечить управление прибылью структурных единиц и способствует ее максимизации за счет децентрализации ее формирования. Предложенная методика имеет практическую значимость и реально отражает ее назначение в обеспечении соблюдения при формировании цен интересов всех субъектов хозяйствования (табл. 3).

Таблица 3. Результаты апробации методики расчета трансфертных цен для условий потребительской кооперации на примере товарного продукта — капусты, р.

Показатель	Метод расчета трансфертных цен				
	Действующий порядок расчета в потребительской кооперации (по себестоимости)	Затратный (150 % переменных расходов)	Затратный (125 % полной себестоимости)	Рыночный	Договорной
1	2	3	4	5	6
Звено 1 (заготовительная деятельность)					
Закупочная цена	2 500	2 500	2 500	2 500	2 500
Условно-переменные расходы заготовительной деятельности	233	233	233	233	233
Условно-постоянные расходы заготовительной деятельности	167	167	167	167	167
Расходы заготовительной деятельности	400	400	400	400	400
Полная себестоимость	2 900	2 900	2 900	2 900	2 900
Трансфертная цена	2 900	3 900	3 625	3 900	3 168
Трансфертная цена с учетом корректирующих коэффициентов	—	3 951	3 672	3 951	3 209
Прибыль	0	1 051	772	1 051	309
Звено 2 (кооперативная промышленность)					
Отпускная цена изготовителя без НДС	2 900	3 951	3 672	3 951	3 209
Условно-переменные расходы промышленной деятельности	1 303	1 303	1 303	1 303	1 303
Условно-постоянные расходы промышленной деятельности	1 045	1 045	1 045	1 045	1 045
Полная себестоимость	5 248	6 299	6 020	6 299	5 557

Окончание табл. 3

1	2	3	4	5	6
Трансфертная цена	5 248	7 881	7 525	10 500	5 902
Трансфертная цена с учетом корректирующих коэффициентов	—	7 984	7 623	10 637	5 979
Прибыль	0	1 685	1 603	4 338	422
Звено 3 (розничная торговля)					
Отпускная цена производителя без НДС	5 248	7 984	7 623	10 637	5 979
Торговая надбавка	7 252	4 516	4 877	1 863	6 521
Расходы на реализацию	1 838	1 838	1 838	1 838	1 838
Розничная цена	12 500	12 500	12 500	12 500	12 500
Прибыль	7 252	2 678	3 039	25	4 683
Прибыль, всего	5 414	5 414	5 414	5 414	5 414

Проведенное исследование позволяет обосновать ряд практических рекомендаций, направленных на формирование системы ценообразования в потребительской кооперации, которые заключаются, во-первых, в необходимости автоматизации процесса ценообразования, связанного со сложностью и многомерностью современного ценообразования, когда организация должна учитывать рыночную составляющую цены, социальную и экономическую направленность; во-вторых, в необходимости увеличения уровня централизации системы снабжения, что позволит повысить прозрачность и уровень стандартизации процессов снабжения, расширить матрицу поставщиков, сократить расходы на закупку за счет эффекта масштаба и обеспечить координацию основных бизнес-процессов; в-третьих, в необходимости использования разработанной методики оценки взаимосвязи и взаимообусловленности цен и целевых ориентиров развития торговой организации для оценки влияния цен на результаты финансово-хозяйственной деятельности торговой организации; в-четвертых, в необходимости использования разработанной методики влияния цен на потребительский выбор, направленной на принятие управленческих решений по закупке и продаже товаров в условиях наличия инфляции и инфляционных ожиданий, улучшения экономических показателей и обеспечения в реальной деятельности соблюдения интересов всех участников рыночных отношений; в-пятых, в необходимости использования разработанной методики обоснования ценовых решений в торговле на основе использования интеллектуального анализа данных с использованием метода самоорганизующихся карт Кохонена, что позволяет определить реакцию конкурентов на изменение цен, ценовую эластичность спроса, прогнозный рост доли рынка, экономию на масштабе.

От эффективно действующей системы ценообразования во многом зависит эффективность реализации целостной системы экономических методов управления хозяйством, финансовое оздоровление, дальнейшее развитие рыночных отношений, достижение сбалансированности и экономического развития национальной экономики, рост национального дохода и валовой добавленной стоимости, повышение эффективности конечных результатов хозяйственной деятельности организаций различных форм собственности.

Перспективы дальнейшего изменения подходов к управлению процессами формирования цен непосредственно связаны с развитием рыночных условий в рамках Таможенного союза и Единого экономического пространства, с встраиванием национального ценообразования в мировые и региональные экономические процессы. Государственное регулирование цен ускорится с целью повышения конкурентоспособности белорусской продукции на едином

рынке стран Таможенного союза и в связи с ростом эффективности деятельности всех субъектов хозяйствования, включая те, которые нацелены на максимальное отражение деятельности социальной политики государства.

Литература и электронные публикации в Интернете

1. Розничная торговля Республики Беларусь: стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск: Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2014.
2. Емельянова, Т.В. Ценообразование: учеб. пособие / Т.В. Емельянова. — Минск: Выш. шк., 2008.
3. Лев, М.Ю. Ценообразование: учеб. / М.Ю. Лев. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.
4. Статистический ежегодник Республики Беларусь. 2014 / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск: Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2014.
5. Основные показатели хозяйственно-финансовой деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь за 2013 год / Белкоопсоюз. — Минск: Б.и., 2013.
6. Вечканов, Г.С. Современная экономическая энциклопедия / Г.С. Вечканов, Г.Р. Вечканова. — СПб: Лань, 2002.
7. Midcounties Co-operative [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.midcounties.coop/>. — Дата доступа: 20.11. 2014.
8. Трансфертное ценообразование [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.management.com.ua/finance/fin116.html>. — Дата доступа: 10.09. 2014.

*Статья поступила
в редакцию 17.12. 2014 г.*

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ЦЕНТР БГЭУ представляет

Бухгалтерский финансовый учет в агропромышленном комплексе: практикум / П.Я. Папковская [и др.]. — Минск: БГЭУ, 2014. — 214 с.

Приведены тематические задания, тесты и контрольные вопросы для закрепления знаний по всем темам основного курса бухгалтерского финансового учета в АПК, составлению бухгалтерской отчетности. Предлагается сквозная задача, помогающая приобрести практические навыки заполнения регистров бухгалтерского учета. Задания разработаны в соответствии с действующим планом счетов и нормативными документами.

Практикум, адресованный студентам специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», может представлять интерес также для учащихся средних специальных учебных заведений.