

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ХАРЧУВАННЯ ТА ТОРГІВЛІ

НОСАЧ НАТАЛІЯ МИХАЙЛІВНА



УДК 657.422.8(043.3)

ОБЛІК І АНАЛІЗ РЕАЛІЗАЦІЇ ТОВАРІВ
В ПІДПРИЄМСТВАХ ТОРГІВЛІ

Спеціальність 08.00.09 – бухгалтерський облік, аналіз та аудит
(за видами економічної діяльності)

АВТОРЕФЕРАТ
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Харків – 2019

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана у Харківському державному університеті харчування та торгівлі Міністерства освіти і науки України.

Науковий керівник: кандидат економічних наук, доцент
Кащена Наталія Борисівна,
Харківський державний університет харчування та торгівлі, професор кафедри фінансів, аналізу та страхування.

Офіційні опоненти: доктор економічних наук, доцент
Назарова Каріна Олександрівна,
Київський національний торговельно-економічний університет, завідувач кафедри фінансового аналізу та аудиту;

кандидат економічних наук, доцент
Чабанюк Одарка Михайлівна,
Львівський торговельно-економічний університет,
доцент кафедри бухгалтерського обліку.

Захист дисертації відбудеться «07» червня 2019 р. о 14⁰⁰ годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 64.088.02 у Харківському державному університеті харчування та торгівлі за адресою: 61051, м. Харків, вул. Клочківська, 333, ауд. 45.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Харківського державного університету харчування та торгівлі за адресою: 61051, м. Харків, вул. Клочківська, 333.

Автореферат розісланий «03» травня 2019 р.

Учений секретар
спеціалізованої вченої ради



Л. М. Янчева

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Зростання конкуренції та зміна уподобань споживачів внаслідок зменшення платоспроможного попиту визначають появу нових форматів торгівлі та динамічність змін ринкової кон'юнктури. Це, в свою чергу, визначає необхідність пошуку новітнього інструментарію бізнес-управління, що орієнтований на підвищення ефективності комерційної діяльності. Коректність його застосування потребує створення дієвої системи інформаційної підтримки управління продажами, яка здатна забезпечити налагодження оптимальних інфокомунікаційних зв'язків, формування і своєчасну передачу обліково-аналітичної інформації за процесом реалізації товарів в розрізах, що задовольняють потреби менеджменту підприємства. Тому актуальним і доречним є дослідження теоретичних, організаційно-методичних та прикладних аспектів обліку і аналізу реалізації товарів з позиції їх удосконалення та забезпечення сучасного рівня інфокомунікаційної взаємодії управлінського персоналу з питань підвищення ефективності процесу реалізації товарів.

Проблеми обліку і аналізу як визначальних компонент системи обліково-аналітичного забезпечення управління комерційною діяльністю підприємств торгівлі є предметом пильної уваги вітчизняних і зарубіжних науковців сучасності. Як функції інформаційної підтримки управління діяльністю підприємств торгівлі та зміцнення їх ринкових позицій, облік і аналіз розглядаються в наукових працях І.О. Бланка, І.В. Височин, Р.П. Валеви́ча, Г.А. Давидової, Г. Джоунза, С.В. Курака, Л.О. Лігоненко, А.А. Мазаракі, В.С. Марцина, О.В. Пігунова, Н.М. Ушакової, Н.С. Шелеги та ін. Вагомий внесок у розвиток теорії, методології та організації обліку і аналізу в підприємствах торгівлі внесли такі науковці, як: І.Т. Абдукарімов, Х. Андерсон, М.Ф. Ван Бред, Т.А. Бутинець, Ю.А. Верига, В.Г. Горелкін, Н.Н. Грабова, А.Ю. Громова, Б.В. Гринів, Д. Колдуелл, Л.М. Котенко, Л.І. Кравченко, А.С. Крутова, А.М. Кузьмінський, К.О. Назарова, О.О. Нестеренко, Б. Нідлз, О.В. Памбухчиянц, В.В. Патров, В.С. Рудницький, Я.В. Соколов, В.І. Стражев, О.М. Чабанюк, Й.А. Шумпетер, Л.М. Янчева та ін. Віддаючи належне вагомості внеску провідних представників наукової спільноти, слід визнати, що інформатизація суспільства, посилення конкуренції та зміни ринкової кон'юнктури ставлять нові завдання щодо вирішення проблем обліку і аналізу реалізації товарів в інформаційній системі управління підприємством торгівлі. Зокрема, подальшого наукового розвитку потребує низка питань, пов'язаних з теоретико-методичним забезпеченням обліку і аналізу як складових системи інформаційної підтримки управління реалізацією товарів та інтеграцією їх функцій в управлінській інформаційній системі підприємства торгівлі, організацією та методикою відображення результатів процесу реалізації товарів в обліку та управлінській звітності, застосуванням сучасного методичного інструментарію пошуку резервів підвищення ефективності процесу реалізації товарів та прогнозування його результатів тощо.

Актуальність і практична значущість вирішення зазначених проблемних питань обумовили вибір теми дисертації, її мету, напрями дослідження та архітектуру дисертаційної роботи.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами, грантами.

Обраний напрям досліджень пов'язаний із загальною тематикою наукових досліджень кафедр бухгалтерського обліку, аудиту та оподаткування й фінансів, аналізу та страхування Харківського державного університету харчування та торгівлі, зокрема з держбюджетною науково-дослідною темою «Адаптація вітчизняної системи бухгалтерського обліку та фінансової звітності до міжнародних стандартів» (номер державної реєстрації 0116U008451) (особисто автором узагальнено та систематизовано інформацію з проблем імплементації та дотримання вимог МСФЗ щодо відображення доходів від договорів з клієнтами в Україні).

Дисертація виконувалась в межах комплексної науково-дослідної теми «Теорія і практика управлінського і бухгалтерського обліку, аналізу та аудиту діяльності суб'єктів господарювання» наукового журналу «Економіка і фінанси» (м. Дніпро, номер державної реєстрації 0113U007515) (особисто автором розроблено структурно-логічну модель аналізу виручки від реалізації товарів в підприємствах торгівлі та моделі детермінованого факторного аналізу, які дозволяють виявити резерви її збільшення та обґрунтувати оптимальні управлінські рішення).

Наукове дослідження також здійснювалося за сприяння Міністерства освіти і науки України за бюджетними темами: «Інноваційні технології формування інформаційно-аналітичних ресурсів управління підприємницькою діяльністю» (номер державної реєстрації 0115U001116, Наказ МОН України «Про результати конкурсного відбору проектів наукових досліджень і розробок» від 31.10.2014 р. № 1243) (особисто автором визначено основні напрями реінжинірингу процесу обліку реалізації товарів для забезпечення ефективної інфокомунікаційної взаємодії на всіх рівнях управління продажами); «Інтегрована звітність як комунікаційна складова управління сталим розвитком суб'єктів господарювання в умовах невизначеності» (номер державної реєстрації 0119U002175, Наказ МОН України від 09.11.2018 р. № 1223 «Про затвердження експертних оцінок проектів фундаментальних і прикладних досліджень та науково-технічних (експериментальних) розробок») (особисто автором обґрунтовано організаційні засади когерентно-інтегрованої обліково-звітної системи для забезпечення розкриття у звітності підприємства цілісної та адаптивної до різних часових вимірів обліково-звітної інформації).

Мета і завдання дослідження. Метою дисертаційної роботи є обґрунтування теоретичних й організаційно-методичних положень та розробка прикладних рекомендацій щодо обліку і аналізу реалізації товарів в підприємствах торгівлі з урахуванням зростаючих інформаційних потреб управління.

Для досягнення поставленої мети у роботі вирішено наступні завдання:

- визначити передумови та тенденції розвитку торгівлі в Харківській області;
- уточнити сутність поняття «реалізація товарів в підприємствах торгівлі» як об'єкта обліку і аналізу;
- розробити концептуальну модель обліково-аналітичного забезпечення управління процесом реалізації товарів;
- обґрунтувати структурні елементи облікової політики в частині доходів і витрат за процесом реалізації товарів;
- розвинути прикладні аспекти методики відображення в обліку та звітності операцій з реалізації товарів в підприємствах торгівлі;

- обґрунтувати напрями реінжинірингу обліку реалізації товарів в управлінській інформаційній системі підприємства торгівлі;
- розробити організаційно-методичне підґрунтя аналізу реалізації товарів в підприємствах торгівлі;
- оцінити вплив чинників на результати та ефективність процесу реалізації товарів в підприємствах торгівлі;
- обґрунтувати технологію прогнозування доходу від реалізації товарів в підприємствах торгівлі.

Об'єктом дослідження є процес обліку та аналізу реалізації товарів в підприємствах торгівлі.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних і прикладних аспектів бухгалтерського обліку та аналізу реалізації товарів в інформаційній системі управління підприємством торгівлі.

Методи дослідження. Методологічною основою дисертації стало застосування загальнонаукових та спеціальних принципів і методів пізнання процесу реалізації товарів в підприємствах торгівлі: наукової абстракції, аналізу, синтезу – для осмислення проблемних питань та дослідження суті й розвитку понятійно-категоріального апарату в сфері торговельної діяльності, бухгалтерського обліку та економічного аналізу процесу реалізації товарів; компаративного аналізу, систематизації та узагальнення – для розробки класифікації факторів формування обсягу реалізації товарів в підприємствах торгівлі, визначенні характерних операцій та класифікації доходів і витрат за процесом реалізації товарів; системно-діяльнісного та комплексно-цільового підходів – для обґрунтування теоретичних та методичних засад побудови обліку і аналізу реалізації товарів в управлінській інформаційній системі підприємства торгівлі; матричного, коефіцієнтного, індексного та інтегрального – для комплексної оцінки ефективності процесу реалізації товарів в підприємствах торгівлі; детермінованого, кореляційно-регресійного та компонентного аналізу – для моделювання залежності результатів та ефективності процесу реалізації товарів та визначення резервів їх підвищення; методи екстраполяції – для прогнозування доходу від реалізації товарів; графічного – для нетекстового відображення теоретико-методичних і практичних положень дисертаційної роботи.

Інформаційною базою дослідження стали: законодавчі та нормативно-правові акти України, що регулюють діяльність суб'єктів підприємницької діяльності в торгівлі та відображення господарських операцій за процесом реалізації товарів в обліку і звітності; офіційна інформація Державної служби статистики України та Головного управління статистики в Харківській області; новітні результати наукових досліджень вітчизняних і зарубіжних вчених з питань обліку і аналізу реалізації товарів в підприємствах торгівлі; матеріали фахових видань економічного спрямування, науково-практичних конференцій та електронно-інформаційних ресурсів з проблемних питань дисертації; дані статистичної та фінансової звітності торговельних підприємств; власні дослідження та аналітичні розрахунки здобувача.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в розвитку теоретико-методичних положень й розробці прикладного інструментарію та науково

обґрунтованих рекомендацій з обліку і аналізу реалізації товарів в управлінській інформаційній системі торговельного підприємства.

Найсуттєвіші результати дослідження, що виносяться на захист, полягають у наступному:

Удосконалено:

– класифікацію доходів і витрат за процесом реалізації товарів, яка побудована відповідно до функцій інформаційної підтримки управління і, на відміну від існуючих, модифікована шляхом введення додаткових ознак систематизації та їх диференціації за функціями обліку, аналізу та прийняття управлінських рішень, що дозволило розробити облікову модель процесу реалізації товарів в підприємствах торгівлі, яка забезпечує формування розширеної та цілеорієнтованої інформації про доходи і витрати та надання її суб'єктам різного рівня управлінської ланки;

– організаційно-методичні підходи до обліку реалізації товарів в підприємствах торгівлі шляхом: обґрунтування додаткових елементів облікової політики для систематизації та узагальнення інформації за доходами і витратами від реалізації товарів і розробки відповідної інфонологічної моделі, яка визначає організаційне, методичне та технічне забезпечення фінансового й управлінського обліку, що дозволило розробити Положення про облікову політику в частині доходів і витрат за процесом реалізації товарів, яке забезпечує цілісність обліково-інформаційної системи торговельного підприємства; розробки облікових реєстрів та пакету управлінської звітності, інформація яких надасть можливість менеджменту торговельного підприємства оперативно реагувати на зміни доходу від реалізації та витрат на збут (в тому числі логістичних), та приймати управлінські рішення щодо зростання доходу від реалізації товарів в розрізі асортиментних груп та каналів збуту товарів;

– організацію обліку реалізації товарів в підприємствах торгівлі з використанням сучасних управлінських інформаційних систем, яка ґрунтується на пропозиціях з реінжинірингу облікового процесу та відображення доходів і витрат за процесом реалізації товарів у розрізі каналів збуту та форм реалізації товарів, що дозволяє суттєво розширити та налагодити у діалоговому режимі канали інформаційної взаємодії центру управління продажами із бізнес-середовищем за всіма напрямками та рівнями комунікацій, уникнути дублювання інформаційних повідомлень, забезпечити якісно новий рівень формування інформаційного масиву облікових даних і створити єдиний інформаційний простір для прийняття зважених управлінських рішень з реалізації товарів, доступ до якого можуть отримати як працівники бухгалтерської служби, так й інші учасники цього процесу, а також посилити контроль за формуванням та розширити спектр даних для аналізу доходів і витрат торговельного підприємства;

– організаційно-методичні засади аналізу процесу реалізації товарів шляхом розробки: референтної моделі організації аналізу реалізації товарів в підприємствах торгівлі, яка відрізняється змістовним наповненням основних етапів аналітичного процесу, відображає симбіоз організаційно-аналітичних процедур і визначає роль кожного з етапів у формуванні якісної аналітичної інформації для управління, що забезпечує оперативність прийняття, коригування та контролю виконання управлінських рішень за процесом реалізації товарів; функціональної моделі

методики аналізу реалізації товарів в підприємствах торгівлі, яка відповідає основному етапу аналітичного процесу, і, на відміну від існуючих, визначає послідовність реалізації аналітичних процедур та ґрунтується на внесених пропозиціях щодо методичного інструментарію (система показників та методів аналізу) оцінювання і прогнозування результатів та ефективності процесу реалізації товарів;

– методичний підхід до комплексної оцінки ефективності процесу реалізації товарів, який, на відміну від існуючих, ґрунтується на матричній моделі, що містить впорядковані відповідно до бажаного темпу зростання показники результатів, витрат і ресурсів, і передбачає розрахунок інтегрального показника, сформованого на основі комплексних оцінок локальних показників ефективності (результатів, перетворення витрат у результати, витрат, перетворення ресурсів у витрати, перетворення ресурсів у результати, ресурсів), що дозволяє визначити вектор цільових орієнтирів розвитку процесу реалізації товарів.

Набуло подальшого розвитку:

– понятійно-категоріальний апарат бухгалтерського обліку і аналізу в частині уточнення сутності поняття «реалізація товарів», що визначено як процес, що інтегрує сукупність господарських операцій, які передбачають момент переходу права власності товарів від суб'єкта господарювання до покупця або іншої організаційної структури внаслідок розрахунку за грошові кошти (обміну, безоплатної передачі товарів), а також призводять до виникнення доходу та витрат операційної діяльності торговельного підприємства, що дозволило розробити теоретичне підґрунтя моделей обліку і аналізу процесу реалізації товарів в підприємствах торгівлі;

– систематизація факторів формування обсягу реалізації товарів, яка на відміну від існуючих, домінантною ознакою з поміж наявних визначає інституційну, котра в свою чергу, інтегрує чинники різних рівнів бізнес-середовища (макро-, мезо-, мікро-) та ідентифікує їх за іншими ознаками, що дає комплексне бачення причинно-наслідкових взаємозв'язків і змін результатів процесу реалізації товарів та дозволяє здійснювати моделювання факторних залежностей за різними ієрархічними рівнями;

– методичний підхід до відображення в бухгалтерському обліку реалізації товарів, який базується на систематизації інформації в розрізі каналів збуту і форм реалізації та пропозиціях щодо обліку торгових знижок, що дозволяє узагальнити інформацію про доходи і витрати за процесом реалізації товарів в управлінській звітності, забезпечити інформатизацію та формування баз даних обліку доходів і витрат у розрізі каналів збуту та форм реалізації товарів;

– методичний інструментарій оцінювання детермінованих факторних залежностей за процесом реалізації товарів, відмінністю якого є моделювання взаємозв'язку між факторними і результативними показниками із використанням матричної моделі, побудованої з урахуванням потреб кількісної оцінки та вимог щодо типу моделі, первинності впливу та економічного змісту показників, що розташовуються під діагоналлю матриці та утворюються в результаті обчислення співвідношень між її вихідними показниками, що дозволяє виявити резерви покращення результатів та підвищення ефективності процесу реалізації товарів;

– технологія прогнозування доходу від реалізації товарів в підприємствах торгівлі шляхом розробки відповідної структурно-логічної моделі, яка, на відміну від існуючих, конкретизує послідовність етапів та методи прогнозування, а також дозволяє обґрунтувати вибір оптимальної прогнозованої моделі, що поєднує трендову, сезонну і випадкову компоненти, та своєчасно виявити небажані зміни за процесом реалізації товарів.

Практичне значення одержаних результатів полягає в доведенні теоретичних і методологічних положень дисертації до рівня узагальнень, конкретних методик та практичних рекомендацій, що забезпечують ефективну інфокомунікаційну взаємодію підприємства з різними стейкхолдерами, і дозволяють формувати відповідну систему інформаційної підтримки управління реалізацією товарів на всіх його рівнях.

На рівні суб'єктів господарювання практичне значення мають наступні розробки: науково-методичні засади формування облікової політики в частині доходів і витрат за процесом реалізації товарів та представлення його результатів в управлінській звітності підприємства, методичний підхід до комплексної оцінки ефективності реалізації товарів в підприємствах торгівлі (ТОВ «Восторг» – довідка про впровадження № 37 від 11.09.2018 р.); методичний підхід до відображення в бухгалтерському обліку доходів і витрат за процесом реалізації товарів у розрізі каналів збуту та форм управління продажами, технологія прогнозування доходу від реалізації товарів (ТОВ «Фірма «Меркато» – довідка про впровадження № 24 від 25.10.2018 р.); організаційно-методичні рекомендації з реінжинірингу обліку реалізації товарів в управлінській інформаційній системі підприємства торгівлі, методичний інструментарій факторного аналізу ефективності процесу реалізації товарів (ТОВ «Свіфт-2016» – довідка про впровадження № 17 від 14.11.2018 р.); організаційно-методичні підходи до обліку і аналізу реалізації товарів в підприємствах торгівлі; методичний інструментарій оцінювання детермінованих факторних залежностей за процесом реалізації товарів (ТОВ «Кофіті Трейд» – довідка про впровадження № 12 від 04.12.2018 р.).

В організації навчального процесу Харківського державного університету харчування та торгівлі при викладанні навчальних дисциплін: «Облік і аудит в підприємствах торгівлі і ресторанного господарства» та «Фінансовий облік II» – на кафедрі бухгалтерського обліку, аудиту та оподаткування (акт впровадження від 10.09.2018 р.); «Аналіз господарської діяльності» та «Фінансове планування та прогнозування в підприємствах і фінансових установах» – на кафедрі фінансів, аналізу та страхування (акт впровадження від 05.09.2018 р.).

Особистий внесок здобувача. Дисертаційна робота є завершеним дослідженням. Теоретичні обґрунтування, наукові положення, прикладні розробки, висновки і рекомендації щодо обліку і аналізу реалізації товарів в підприємствах торгівлі одержані автором самостійно на основі узагальнення і аналізу теоретичного матеріалу та емпіричних даних. З наукових публікацій, які опубліковані у співавторстві, дисертаційна робота містить лише результати, що є особистою розробкою дисертанта.

Апробація результатів дисертації. Основні положення та результати дослідження оприлюднені автором на міжнародних та всеукраїнських конференціях,

зокрема: всеукраїнській науково-практичній інтернет-конференції «Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами» (м. Луцьк, 2016 р.); міжнародній науково-практичній конференції «Перспективи економічного зростання та інноваційного розвитку України» (м. Ужгород, 2016 р.); міжнародній науково-практичній конференції «Сучасний стан і тенденції розвитку економіки країни» (м. Запоріжжя, 2016 р.); науково-практичній інтернет-конференції «Інституційні трансформації сучасної економіки: виклики, проблеми, перспективи» (м. Харків, 2017 року); міжнародній науково-практичній конференції «Фінансово-економічне та обліково-аналітичне забезпечення підприємницької діяльності» (м. Черкаси, 2017 р.); міжнародній науково-практичній конференції «Проблеми та перспективи розвитку економіки в контексті євроінтеграційних процесів» (м. Запоріжжя, 2017 р.); всеукраїнському економічному форумі з міжнародною участю в он-лайн форматі «Розвиток малого та середнього бізнесу в умовах глобалізації світової економіки» (м. Житомир, 2017 р.); V міжнародній науковій конференції «Science of the third millennium» (м. Морисвіль, 2017 р.); всеукраїнській науково-практичній інтернет-конференції «Соціально-економічні проблеми сучасності» (м. Маріуполь, 2017 р.); XXV міжнародній науково-практичній конференції MicroCAD-2017 «Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я» (м. Харків, 2017 р.); міжнародній науково-практичній конференції «Розвиток харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі: проблеми, перспективи, ефективність», присвяченої 50-річчю заснування Харківського державного університету харчування та торгівлі (м. Харків, 2017 р.); міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Актуальні проблеми економіки та управління в умовах системної кризи» (м. Львів, 2017 р.); міжнародній науково-практичній конференції «Економічний розвиток держави, регіонів та підприємництва: оцінки та прогнози» (м. Запоріжжя, 2017 р.); XIII міжнародній науковій конференції «Modern science in Eastern Europe» (м. Морисвіль, 2017 р.); I міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Імплементация інновацій обліково-аналітичного забезпечення сталого розвитку сучасного бізнесу» (м. Харків, 2018 р.); міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Актуальні проблеми та перспективи розвитку України в галузі управління та адміністрування: ініціативи молоді» (м. Харків, 2018 р.); VIII міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми розвитку обліку, аналізу, контролю і оподаткування у контексті Європейської інтеграції та сучасних викликів глобалізації» (м. Львів, 2018 р.); IV міжнародній науково-практичній конференції «Інтеграційна система освіти, науки і виробництва в сучасному інформаційному просторі» (м. Тернопіль, 2018 р.); I міжнародній науково-практичній конференції «Фінансові механізми сталого розвитку України» (м. Харків, 2018 р.); міжнародній науково-практичній конференції «Розвиток невикробничої сфери економіки в умовах євроінтеграційних викликів» (м. Харків, 2018 р.).

Публікації. Основні результати дисертації опубліковано у 28 наукових працях загальним обсягом 11,46 друк. арк. (з яких особисто здобувачеві належить 9,29 друк. арк.), серед них: 1 колективна монографія (загальним обсягом 0,81 друк. арк., де особисто здобувачеві належить 0,4 друк. арк.); 7 статей у наукових фахових виданнях, внесених до міжнародних наукометричних баз даних (загальним обсягом

5,59 друк. арк., де особисто здобувачеві належить 4,89 друк. арк.); 1 стаття в інших наукових виданнях економічного профілю (загальним обсягом 0,94 друк. арк., де особисто здобувачеві належить 0,54 друк. арк.); 19 тез доповідей у збірниках за матеріалами конференцій (загальним обсягом 4,12 друк. арк., де особисто здобувачеві належить 3,46 друк. арк.).

Структура та обсяг дисертаційної роботи. Дисертаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг дисертаційної роботи становить 164 сторінки. Дисертація містить 23 таблиці (15 сторінок), 31 рисунок (23 сторінки) та 15 додатків (79 сторінок). Список використаних джерел налічує 255 найменувань і розміщений на 27 сторінках.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми дисертації, зв'язок роботи з науковими програмами, темами, сформульовано мету, завдання, об'єкт, предмет і методи дослідження, висвітлено наукову новизну та практичну значимість отриманих наукових результатів, наведено відомості щодо їх апробації.

У розділі 1 **«Теоретичні засади обліку і аналізу реалізації товарів в інформаційній системі управління підприємством торгівлі»** досліджено передумови та тенденції розвитку торгівлі в Харківському регіоні, уточнено понятійно-категоріальний апарат обліково-аналітичного забезпечення управління торговельною діяльністю, розроблено модифіковану класифікацію доходів і витрат за процесом реалізації товарів виходячи з інформаційних потреб управління, обґрунтовано концепцію створення системи обліково-аналітичного управління реалізацією товарів в підприємствах торгівлі.

Узагальнення та критичний аналіз інваріантних трактувань торговельної діяльності в контексті обліково-аналітичного забезпечення управління продажами дозволили дійти висновку, що торгівля – це процес товарно-грошового обміну між покупцем та продавцем, в результаті якого відбувається задоволення потреб обох сторін – покупця – з точки зору придбання товару (послуги), продавця – доведення товару до кінцевого споживача з метою зростання власних обсягів реалізації з відповідним отриманням доходу та зростанням прибутковості (рентабельності) підприємницької діяльності. Аргументовано доцільність інтерпретації реалізації товарів як об'єкту обліково-аналітичної системи і запропоновано визначати його як процес, що інтегрує сукупність господарських операцій, які передбачають момент переходу права власності товарів від суб'єкта господарювання до покупця або іншої організаційної структури внаслідок розрахунку за грошові кошти (обміну, безоплатної передачі товарів), а також призводять до виникнення доходу та витрат операційної діяльності торговельного підприємства.

Ідентифіковано склад господарських операцій за процесом реалізації та зазначено, що для відображення в обліку та подальшого аналізу його результатів найбільш суттєвими об'єктами є доходи і витрати. Спираючись на результати поглибленого дослідження сутності та класифікації доходів і витрат обґрунтовано необхідність введення нових видових ознак систематизації (зокрема товарний класифікатор, торгова марка, сезонність реалізації, вид реалізації, канал збуту, термін представлення інформації, можливість отримання економічної вигоди,

характер оцінки та формування показників, ринок збуту, форми розрахункових операцій та управління продажами). Виходячи з цього розроблено модифіковану класифікацію доходів і витрат за процесом реалізації товарів, яка забезпечує формування розширеної та цілеорієнтованої інформації про їх розмір, є підґрунтям для формування робочого плану рахунків підприємства та задовольняє потреби аналізу і прийняття управлінських рішень з реалізації товарів.

На підставі дослідження основних тенденцій розвитку роздрібного торговельного середовища України і Харківської області, виявлено наявність низки проблем, що пов'язані із: недосконалістю нормативно-правової бази з регулювання торговельної діяльності та захисту прав споживачів; невідповідністю українського законодавства європейському; неузгодженістю і суперечливістю регуляторних норм і регламентуючих документів; недосконалістю розподілу функцій та завдань між центральними й місцевими органами виконавчої влади; нерівномірністю розміщення торговельних об'єктів у містах і сільській місцевості. Попри їх наявність підтверджено спроможність торгівлі залишатися життєздатною за будь-яких кризових явищ в економіці та суспільстві. Про що свідчить здебільшого позитивна динаміка основних показників функціонування роздрібної торгівлі України у 2005-2017 роках (рис. 1).

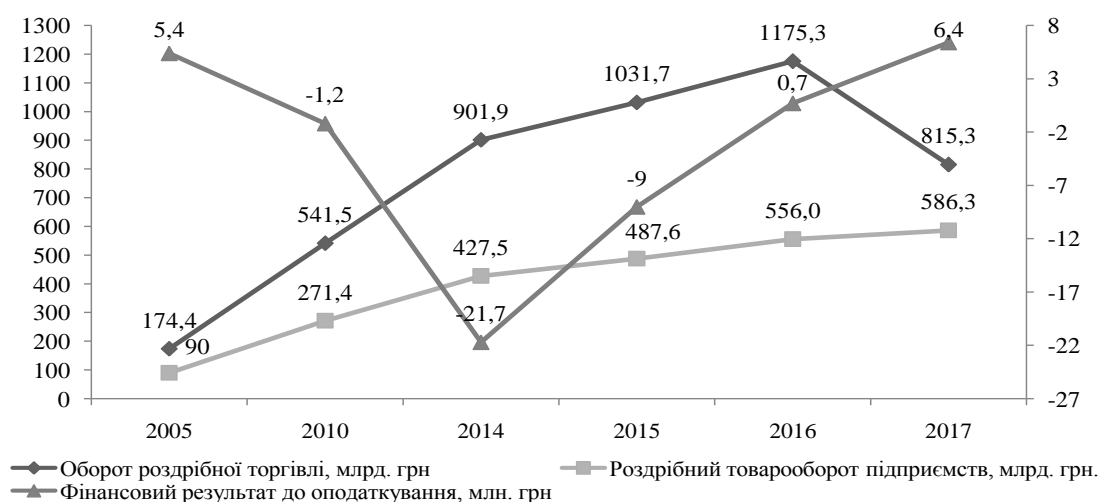


Рис. 1. Основні показники функціонування роздрібної торгівлі України у 2005-2017 роках

Виявлено, що діяльність підприємств торгівлі підлягає впливу значного спектра чинників зовнішнього середовища (серед яких визначальними є рівень інфляції, доходи населення, номінальна та реальна заробітна плата), що значно ускладнює умови для ефективної комерційної діяльності. Враховуючи встановлені тенденції та ґрунтуючись на існуючих підходах до систематизації чинників впливу на обсяг реалізації товарів, розроблено удосконалену їх класифікацію, відмінною особливістю якої є виділення інституційної ознаки як домінанти, що інтегрує чинники бізнес-середовища різних ієрархічних рівнів, та залежно від потреб управління підрозділяє їх за іншими ознаками. Встановлено першопричини утворення чинників даної групи та обґрунтовано їх склад за визначеними групами, зокрема: політичні, загальноекономічні, соціально-демографічні, організаційно-правові, бізнес-середовище (зовнішнє, внутрішнє). Доведено, що зовнішні чинники

формування обсягу реалізації товарів не є регульованими з боку суб'єктів підприємництва, тому за сучасних мінливих соціально-політичних умов виникає гостра необхідність підвищення ефективності їх внутрішньої системи управління, вирішення проблем стимуляції та удосконалення механізму підвищення ефективності торговельних операцій.

З метою створення єдиного інформаційного простору управління реалізацією товарів обґрунтовано концепцію формування системи його обліково-аналітичного забезпечення, що являє собою синергію компонент обліку, аналізу та контролю, які взаємодіють через інформаційні потоки в процесі акумулювання і передачі оперативної, релевантної та якісної обліково-аналітичної інформації шляхом її структурування, обробки та представлення для прийняття управлінських рішень з реалізації товарів внутрішнім користувачам та іншим стейкхолдерам. На підставі інтеграції принципів і завдань обліку, аналізу та контролю обґрунтовано базові положення створення такої системи на підприємстві та розроблено концептуальну модель її формування.

У розділі 2 **«Організація та методика обліку реалізації товарів в підприємствах торгівлі»** досліджено та вдосконалено організаційно-методичні підходи до формування облікової політики підприємства в частині доходів і витрат за процесом реалізації товарів з урахуванням потреб фінансового та управлінського обліку; запропоновано методику обліку реалізації товарів за каналами збуту та формами реалізації; розроблено пакет форм управлінської звітності про доходи і витрати за процесом реалізації товарів; визначено канали інфокомунікаційних зв'язків із бізнес-середовищем та організаційні засади обліку доходів і витрат за процесом реалізації товарів в управлінській інформаційній системі підприємства торгівлі.

На підставі моніторингу організації обліку в підприємствах роздрібної торгівлі м. Харкова виявлено низку методичних проблем, що ускладнюють об'єктивне відображення доходів і витрат за процесом реалізації товарів. З урахуванням появи нових форм торгівлі та вимог формування релевантної інформації запропоновано розробляти облікову політику в частині доходів і витрат за процесом реалізації товарів з урахуванням потреб організації фінансового та управлінського обліку на підставі інтегрованого підходу із дотриманням принципу відповідності. Для систематизації та узагальнення інформації про доходи і витрати з реалізації товарів, в тому числі через мережу Інтернет, у роботі обґрунтовано додаткові елементи облікової політики торговельного підприємства та визначено архітектуру її формування. Розроблено інфологічну модель облікової політики в частині доходів і витрат за процесом реалізації товарів, яку було використано для розробки Положення про облікову політику ТОВ «Свіфт-2016», що дозволило посилити організованість обліку доходів і витрат за процесом реалізації товарів та цілісність обліково-інформаційної системи підприємства.

З метою створення якісної інфраструктури обліково-аналітичних даних для управління продажами удосконалено Робочий план рахунків в частині відображення інформації про доходи і витрати за процесом реалізації товарів, обґрунтовано нові методичні положення та розроблено функціональну модель обліку реалізації товарів за каналами збуту та формами реалізації (рис. 2), яка враховує специфіку продажу товарів через мережу Інтернет та наданих покупцеві знижок, і дозволяє забезпечити формування якісно нової інформаційної бази для прийняття управлінських рішень.

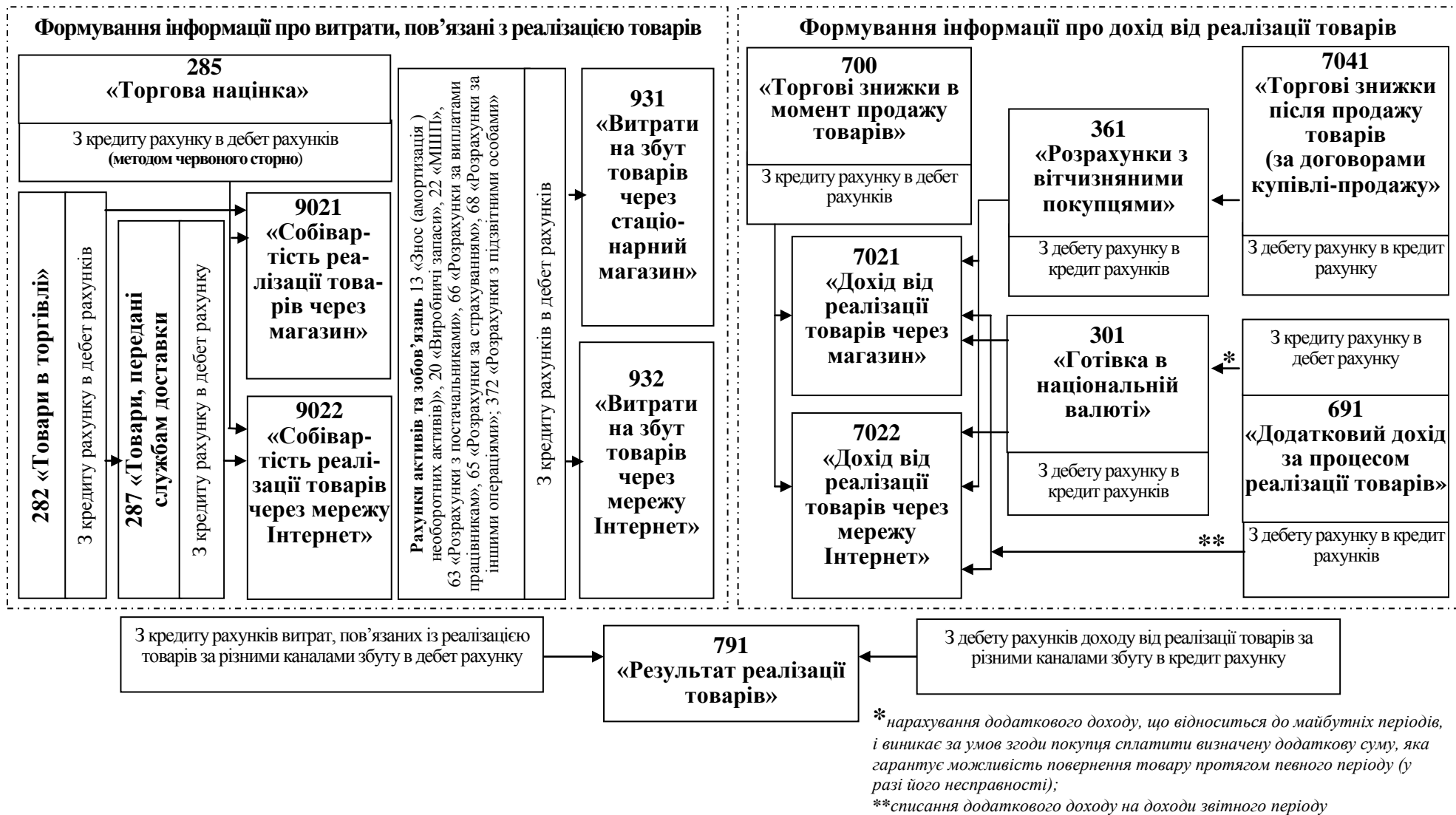


Рис. 2. Функціональна модель обліку реалізації товарів в підприємствах торгівлі за каналами збуту та формами реалізації

З метою формування в управлінській інформаційній системі підприємства бази даних про доходи і витрати з реалізації товарів і покращення інфокомунікаційної взаємодії на всіх рівнях управління продажами розроблено пакет форм управлінської звітності, до складу якого входять управлінські відомості та звіти, а саме: ВД-1 – Відомість обліку доходів за каналами збуту товарів та асортиментними групами; ВД-2 – Відомість обліку доходів за формами управління продажами товарів; ЗР-1 – Звіт про результати реалізації товарів за каналами збуту; ЗР-2 – Звіт про результати реалізації товарів за формами управління продажами; ЗВ(З)-1 – Звіт про витрати на збут. Використання розроблених форм управлінської звітності сприяє інтеграції інформації для аналізу та обґрунтування альтернативних варіантів прийняття рішень з підвищення ефективності продажів та отримання прибутку від реалізації товарів.

Доведено, що для реалізації функції мотивації за досягнуті результати, посилення рівня відповідальності керівників структурних підрозділів та забезпечення зростання рентабельності продаж відповідно до обраної стратегії та методів просування товарів на ринок, доцільним є створення в підприємствах торгівлі Центру управління продажами, в межах якого будуть виконуватися обліково-контрольні процедури, пов'язані із доходами та витратами від реалізації товарів. Обґрунтовано виокремлення у його складі центрів доходу і витрат з реалізації товарів, основним призначенням яких буде контроль з боку відповідальних осіб за основними показниками реалізації товарів через стаціонарний магазин та мережу Інтернет. Результати діяльності виділених центрів оцінюватимуться за розміром отриманих доходів, собівартості реалізованих товарів, витрат на збут та маржинального доходу, структурою продажів тощо.

Задля забезпечення ефективного функціонування визначених центрів відповідальності в інформаційній системі управління торговельним підприємством встановлено поле зовнішніх та внутрішніх інфокомунікаційних каналів його взаємодії за процесом реалізації товарів із бізнес-середовищем, і надано рекомендації щодо реінжинірингу та моделювання організації процесу обліку реалізації товарів в управлінській інформаційній системі підприємства торгівлі (рис. 3), що дозволять оптимізувати витрати робочого часу працівників управлінської ланки та своєчасно отримати достатньо розгорнуту інформацію для аналізу та прогнозування доходів і витрат за процесом реалізації товарів, забезпечать оперативність прийняття управлінських рішень, спрямованих на покращення результатів комерційної діяльності підприємств торгівлі.

У розділі 3 **«Аналіз реалізації товарів в підприємствах торгівлі»** розроблено організаційно-методичне підґрунтя аналізу процесу реалізації товарів; запропоновано методичний підхід до комплексної оцінки ефективності процесу реалізації товарів; удосконалено методичний інструментарій оцінювання детермінованих і стохастичних факторних залежностей результатів та ефективності процесу реалізації товарів; розроблено технологію прогнозування доходу від реалізації товарів в підприємствах торгівлі.



Рис. 3. Модель організації обліку реалізації товарів в управлінській інформаційній системі підприємства торгівлі

Доведено, що потенціал оперативного формування об'єктивної та доречної інформації про результати й ефективність процесу реалізації товарів, причини їх зміни, можливі резерви та перспективи подальшого розвитку залежить від дієвості системи аналітичного забезпечення управління реалізацією товарів. Для продуктивного її функціонування в роботі обґрунтовані основні положення та розроблено референтну модель організації аналізу реалізації товарів в підприємствах торгівлі, яка систематизує комплекс робіт із забезпечення якісного аналітичного супроводу, практичної реалізації аналітичних процедур, обґрунтування та контролю виконання управлінських рішень за процесом реалізації товарів, а також відображає симбіоз організаційно-аналітичних процедур у розрізі технологічних етапів аналітичного процесу і визначає роль кожного з них у формуванні якісно нової системи аналітичного забезпечення управління реалізацією товарів.

Для виконання аналітичних процедур з оцінювання реалізації товарів, які відповідають меті аналізу і потребам управління, розроблено узгоджену систему показників і методів їх дослідження та функціональну модель методики аналізу реалізації товарів в підприємствах торгівлі, яка визначає послідовність оцінки результатів та ефективності процесу реалізації товарів із використанням запропонованого методичного інструментарію і забезпечує пошук потенційних резервів їх підвищення.

Для комплексної оцінки ефективності процесу реалізації товарів запропоновано використовувати матричний метод і розроблено технологію його застосування, яка реалізується шляхом: визначення складу показників, що відображають всі сторони досліджуваного процесу, знаходяться у тісному зв'язку із результатами основної діяльності торговельного підприємства та свідчать про обсяг використаних ресурсів, понесених витрат та отриманих результатів; упорядкування і встановлення сприятливих тенденцій розвитку показників за блоками поля ефективності; обчислення інтегрального показника ефективності процесу реалізації товарів згідно запропонованого алгоритму.

З метою удосконалення методичних підходів до факторного аналізу результатів та ефективності процесу реалізації товарів досліджено функціональні й імовірнісні причинно-наслідкові взаємозв'язки, ідентифіковано чинники факторного впливу та обґрунтовано доцільність застосування механізму матриць і методу компонентного аналізу для моделювання факторних залежностей. На підставі матричного методу розроблено детерміновані моделі залежності доходу та прибутку від реалізації товарів і рентабельності витрат за цим процесом, які з огляду на різний ступінь деталізації чинників, дозволяють забезпечити системність і комплексність кількісної оцінки сили їх впливу. Для дослідження опосередкованих чинників зміни рентабельності продаж застосовано метод головних компонент, що дозволив виявити першопричини, які визначають кореляції між ознаками (рис. 4), встановити їх зв'язок із визначальними факторами, і з урахуванням складу головних компонент розробити економіко-математичну модель залежності рентабельності продаж від чинників мікрорівня (1):

$$Y = 4,4 + 0,416Z_2 + 0,292Z_3 + 0,404Z_5 + 0,254Z_7 + 0,104Z_1 + 0,095Z_4 + 0,104Z_6 - 0,298Z_8 - 0,286Z_{10} \quad (1)$$

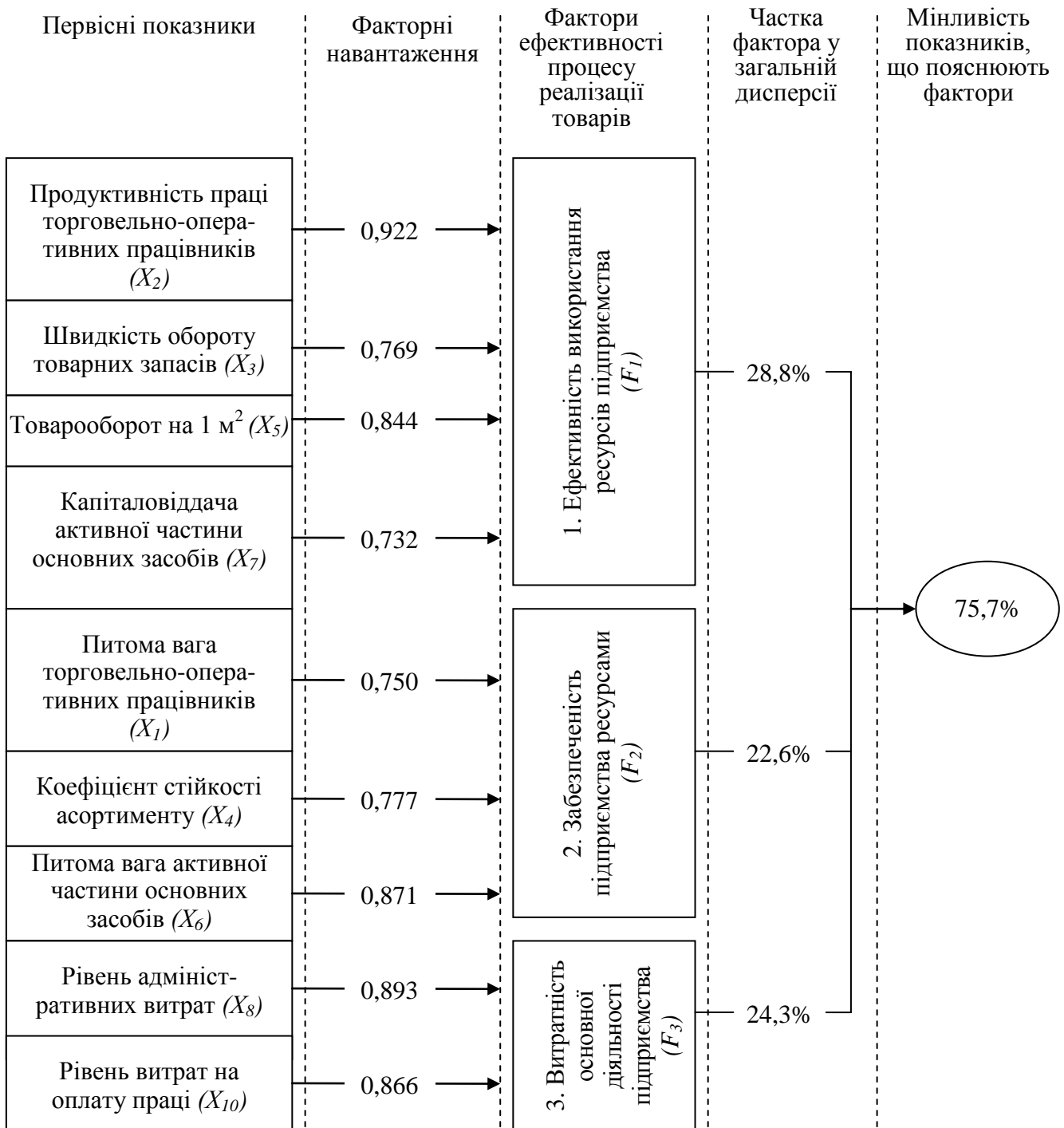


Рис. 4. Взаємозв'язок факторів і показників, що впливають на зміну рентабельності продаж підприємств торгівлі

Розроблену економіко-математичну модель використано для пошуку внутрішніх резервів збільшення рентабельності продаж ТОВ «Кофіті Трейд» і ТОВ «Фірма «Меркато» та обґрунтування заходів щодо їх практичного залучення з метою підвищення ефективності процесу реалізації товарів.

Для визначення небажаних змін результату процесу реалізації товарів і своєчасності розробки заходів, спрямованих на усунення негативного впливу чинників бізнес-середовища, виправлення ситуації, що склалася, та обґрунтування стратегічних рішень, визначено послідовність та розроблено структурно-логічну

модель технології прогнозування доходу від реалізації товарів в підприємствах торгівлі, яка конкретизує методи реалізації аналітичних процедур і дозволяє обґрунтувати вибір оптимальної прогнозованої моделі.

Виходячи з особливостей зміни доходу від реалізації товарів, що пов'язані із сезонністю споживання окремих товарних груп, доведено доцільність його прогнозування із застосуванням тренд-сезонних моделей, особливістю яких є поєднання трендової, сезонної та випадкової компонент. На підставі запропонованої технології із застосуванням поліноміальної функції 3-го порядку та моделі Хольта-Уінтерса зроблено прогнозні розрахунки, оцінено їх якість та точність, визначено прогнозний обсяг доходу від реалізації товарів ТОВ «Фірма «Меркато» на III квартал 2018 року.

Запропоновані в дисертаційній роботі теоретичні, організаційні та методичні положення щодо обліку і аналізу реалізації товарів в підприємствах торгівлі сприятимуть задоволенню зростаючих інформаційних потреб управління та посиленню контролю виконання прийнятих управлінських рішень.

ВИСНОВКИ

Результатом дисертаційної роботи є теоретичне узагальнення та нове вирішення наукового завдання, що полягає в обґрунтуванні теоретичних й організаційно-методичних положень та розробці прикладних рекомендацій щодо обліку і аналізу реалізації товарів в підприємствах торгівлі з урахуванням зростаючих інформаційних потреб управління. На основі проведеного дослідження сформульовано наступні висновки та пропозиції.

1. Поява нових форматів торгівлі та деформація структури споживання внаслідок зменшення купівельної спроможності населення України, що посилюється і прогресує в міру трансформаційних процесів, вказує на максимальну адаптацію суб'єктів торговельної діяльності до моделей поведінки споживачів. Визначено, що торгівля – це процес товарно-грошового обміну між покупцем та продавцем, в результаті якого відбувається задоволення потреб обох сторін – покупця – з точки зору придбання товару (послуги), продавця – доведення товару до кінцевого споживача з метою зростання власних обсягів реалізації з відповідним отриманням доходу та зростанням прибутковості (рентабельності) підприємницької діяльності. Встановлено, що не дивлячись на швидкоплинні зміни сучасного бізнес-середовища, в останні роки спостерігається збільшення обсягу роздрібною реалізації товарів як в цілому по країні, так і в Харківській області. На підставі ідентифікації та систематизації факторів зміни обсягу реалізації товарів в підприємствах торгівлі розроблено удосконалену їх класифікацію, що визначає інституційну ознаку як домінуючу, інтегрує чинники різних ієрархічних рівнів бізнес-середовища (макро-, мезо-, мікро-) та узгоджує їх з іншими ознаками, встановлено причини формування факторів даної групи.

2. Враховуючи потреби управління та спираючись на узагальнення сучасної наукової термінології сформульовано дефініцію обліково-аналітичної категорії «реалізація товарів в підприємствах торгівлі» як процесу, що інтегрує сукупність

господарських операцій, які передбачають момент переходу права власності на товар від суб'єкта господарювання до покупця або іншої організаційної структури внаслідок розрахунку за грошові кошти (обміну, безоплатної передачі товарів), а також призводять до виникнення доходу і витрат основної діяльності торговельного підприємства. У результаті поглибленого дослідження доходів і витрат за процесом реалізації товарів систематизовано ознаки і розроблено модифіковану їх класифікацію для забезпечення реалізації функції обліку, аналізу та управління, в якій додатково виділено такі ознаки: товарний класифікатор, торгова марка, сезонність реалізації, вид реалізації, канал збуту, термін представлення інформації, можливість отримання економічної вигоди, характер оцінки та формування показників, ринок збуту, форми розрахункових операцій та управління продажами.

3. Для формування єдиного інформаційного простору управління комерційною діяльністю підприємств торгівлі обґрунтовано вимоги, завдання, принципи та компоненти системи обліково-аналітичного забезпечення управління процесом реалізації товарів, розроблено відповідну концептуальну модель його створення, яка генерує цілісне бачення змісту системи інформаційної підтримки управління та визначає напрями удосконалення організаційно-методичних підходів до обліку доходів і витрат за процесом реалізації товарів з метою створення передумов формування релевантної інформації, що буде використана в процесі аналізу, прогнозування та обґрунтування управлінських рішень з підвищення ефективності та результатів процесу реалізації товарів.

4. Базуючись на результатах аналізу методичних підходів до формування облікової політики в частині відображення операцій з реалізації товарів обґрунтовано основні елементи та структуру формування даного організаційного регламенту, розроблено Положення про облікову політику в частині доходів і витрат за процесом реалізації товарів, яке передбачає інтеграцію елементів облікової політики для організації фінансового обліку із запропонованими додатковими елементами, що забезпечують реалізацію функцій управлінського обліку. З метою розширення діапазону даних для управління удосконалено Робочий план рахунків в частині формування інформації про доходи і витрати за процесом реалізації товарів, що дозволяє також формувати облікові регістри та управлінські звіти у потрібному аналітичному розрізі. Для отримання в зручному форматі деталізованої інформації за процесом реалізації товарів розроблено пакет форм управлінської звітності щодо доходів і витрат, які інтегрують інформацію для аналізу та обґрунтування альтернативних варіантів прийняття управлінських рішень, дозволяють забезпечити формування в управлінській інформаційній системі баз даних доходів і витрат, що є сховищем постійної та змінної облікової та позаоблікової інформації щодо них, та забезпечують налагодження інфокомунікаційних зв'язків на всіх рівнях управління.

5. З метою оптимізації обліку реалізації товарів з огляду сучасних тенденцій розвитку форм торговельної діяльності запропоновано методичний підхід, який передбачає відображення доходів і витрат за процесом реалізації товарів на рекомендованих синтетичних рахунках у розрізі каналів збуту та форм реалізації товарів, та ґрунтується на рекомендаціях щодо порядку відображення витрат через мережу Інтернет, торгових знижок та додаткових доходів. Застосування цього

підходу забезпечить можливість оперативного формування облікової інформації за центрами доходів і витрат в інформаційній системі управління підприємством торгівлі.

6. Для реалізації функції мотивації за досягнуті результати та посилення рівня відповідальності керівників структурних підрозділів обґрунтовано доцільність створення центру управління продажами, в межах якого будуть виконуватися обліково-контрольні процедури, пов'язані із доходами і витратами від реалізації товарів. З метою налагодження у діалоговому режимі каналів інформаційної взаємодії центру управління продажами за всіма напрямками та рівнями комунікацій із бізнес-середовищем в роботі надано рекомендації з реінжинірингу процесу обліку реалізації товарів в управлінській інформаційній системі підприємства та розроблено відповідну модель, яка ґрунтується на запропонованому методичному підході щодо відображення доходів і витрат за процесом реалізації товарів у розрізі каналів збуту та форм реалізації, дозволяє посилити контроль за їх формуванням, розширити спектр даних для аналізу та прогнозування, забезпечити оперативність прийняття та коригування управлінських рішень за процесом реалізації товарів.

7. З метою покращення рівня аналітичного забезпечення управління реалізацією товарів обґрунтовано основні положення та розроблено референтну модель організації аналізу реалізації товарів в підприємствах торгівлі, яка відображає симбіоз організаційно-аналітичних процедур у розрізі технологічних етапів аналітичного процесу, та дозволяє забезпечити оперативність прийняття, коригування та контролю виконання управлінських рішень за процесом реалізації товарів. Для здійснення в межах основного технологічного етапу комплексу робіт з оцінювання процесу реалізації товарів розроблено функціональну модель методики аналізу реалізації товарів, яка ґрунтується на запропонованій системі показників та методів їх дослідження, визначає напрями і конкретизує аналітичні процедури з оцінки та пошуку резервів підвищення результатів та ефективності процесу реалізації товарів з урахуванням впливу чинників бізнес-середовища, що дозволяє обґрунтувати заходи щодо практичного залучення виявлених резервів. У розвиток методичних засад аналізу реалізації товарів запропоновано методичний підхід до комплексної оцінки ефективності процесу реалізації товарів, який ґрунтується на застосуванні механізму матриць, що дозволяє забезпечити системність і комплексність оцінки результатів, витрат і ресурсів за процесом реалізації товарів, визначити цільові орієнтири їх розвитку виходячи з реальних можливостей торговельного підприємства.

8. Задля забезпечення науково-обґрунтованого пошуку резервів досліджено функціональні й імовірнісні причинно-наслідкові взаємозв'язки результатів і ефективності процесу реалізації товарів та удосконалено методичні підходи до моделювання факторних залежностей доходу, витрат і прибутку від реалізації товарів та рентабельності витрат і продаж, а також кількісної оцінки впливу чинників на їх зміну. Розроблено відповідні детерміновані та стохастичні моделі, які з огляду на різний ступінь деталізації чинників, дозволяють забезпечити системність і комплексність кількісної оцінки їх впливу. Апробація розроблених моделей на досліджуваних підприємствах торгівлі дозволила обґрунтувати рекомендації щодо

усунення негативних тенденцій та досягнення бажаних параметрів розвитку результатів і ефективності процесу реалізації товарів.

9. Виходячи із особливостей змін доходу від реалізації товарів, які пов'язані із сезонністю споживання окремих товарних груп, доведено доцільність його прогнозування із застосуванням тренд-сезонних моделей. Розроблено структурно-логічну модель технології прогнозування доходу від реалізації товарів в підприємствах торгівлі, яка дозволяє обґрунтувати вибір оптимальної прогновної моделі, та своєчасно виявити небажані зміни за процесом реалізації товарів. На підставі запропонованої технології зроблено прогнозні розрахунки доходу від реалізації товарів ТОВ «Фірма «Меркато».

СПИСОК ОСНОВНИХ ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Монографії:

1. Kaschena N. B., Chmil H. L., Nosach N. V. Technology for evaluating efficiency of the enterprise commercial activity / Structural transformations and problems of information economy formation: Collective monograph. Ascona Publishing, New York, USA, 2018. P. 121-128. (заг. обсяг 0,81 друк. арк., особисто автора 0,4 друк. арк.: розроблено систему показників та технологію комплексної оцінки ефективності комерційної діяльності підприємств торгівлі із застосуванням механізму матриць).

Статті у наукових фахових виданнях України, внесених до міжнародних наукометричних баз:

2. Кашена Н.Б., Носач Н.М. Облік реалізації товарів в підприємствах торгівлі [Електронний ресурс] Економіка та суспільство : елект. наук. фахове видання. Мукачєво: Мукачівський державний університет, 2016. Вип. 7. С. 921-925. (включено до Index Copernicus, CiteFactor, ESJI, SIS). Режим доступу: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/7_ukr/154.pdf (заг. обсяг 0,75 друк. арк., особисто автора 0,45 друк. арк.: визначено практичні проблеми та надано рекомендації з удосконалення обліку реалізації товарів в підприємствах торгівлі).

3. Ставерська Т.О., Носач Н.М. Аналіз стану та тенденції розвитку торгівлі Харківської області. Причорноморські економічні студії. 2016. Вип. 12-2. С. 60-64. (включено до Index Copernicus) (заг. обсяг 0,85 друк. арк., особисто автора 0,45 друк. арк.: визначено деформацію структури споживання за рахунок падіння реальних доходів населення, основні важелі стимулювання та активізації торговельних операцій).

4. Носач Н. М. Аналітичний інструментарій прогнозного аналізу виручки від реалізації товарів. Бізнес Інформ. 2017. № 12. С. 282-286. (включено до Ulrichsweb Global Serials Directory, Research Papers in Economics, Index Copernicus, Directory of Open Access Journals та ін.) (заг. обсяг 0,75 друк. арк.).

5. Носач Н.М. Класифікація доходів від реалізації товарів для потреб обліку та управління. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія:

«Економіка і менеджмент». Одеса : МГУ, 2017. Вип. 28. С.220-223. (включено до Google Scholar, НБУ ім. В.І. Вернадського) (заг. обсяг 0,75 друк. арк.).

6. Носач Н.М. Інновації як стимулюючий фактор зростання обсягу реалізації підприємств роздрібної торгівлі. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. Ужгород : ДВНЗ «УжНУ», 2018. Вип. 20(2). С. 126-130. (включено до Index Copernicus, НБУ ім. В.І. Вернадського) (заг. обсяг 0,81 друк. арк.).

7. Носач Н.М. Організація обліку реалізації товарів на підприємствах торгівлі. Бізнес-навігатор. 2018. Вип. 6 (49). С. 217-222. (включено до Index Copernicus) (заг. обсяг 0,83 друк. арк.)

8. Носач Н.М. Компонентне моделювання як інструмент визначення резервів підвищення ефективності реалізації товарів в підприємствах торгівлі. Держава та регіони. 2018. № 5. С.141-147. (включено до Index Copernicus International) (заг. обсяг 0,85 друк. арк.)

Статті у інших виданнях:

9. Горошанська О.О., Носач Н.М. Аналітичне забезпечення управління реалізацією товарів. Економіка і фінанси. 2016. №.11. С. 4-12. (включено до Index Copernicus International, Ulrich's Periodicals Directory, Google Scholar) (заг. обсяг 0,94 друк. арк., особисто автора 0,54 друк. арк.: обґрунтовано вимоги до побудови якісної системи аналітичного забезпечення управління реалізацією товарів і розроблено структурно-логічну модель методики аналізу доходу від реалізації товарів в підприємствах торгівлі).

Наукові праці апробаційного характеру:

10. Кашена Н.Б., Носач Н.М. Аналітичне забезпечення управління реалізацією товарів. Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами: матеріали Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. : у 7-х ч., м. Луцьк, 8 грудня 2016 р. Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2016, Ч. 6. С. 155-158. (заг. обсяг 0,32 друк. арк., особисто автора 0,22 друк. арк.: визначено організаційно-методичні засади формування системи аналітичного забезпечення управління реалізацією товарів).

11. Кашена Н.Б., Носач Н.М. Аналіз проблем і перспективи розвитку торгівлі в Харківській області. Перспективи економічного зростання та інноваційного розвитку України: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Ужгород, 9-10 грудня 2016 р. Ужгород: Видавничий дім «Гельветика», 2016. С. 123-126. (заг. обсяг 0,3 друк. арк., особисто автора 0,2 друк. арк.: визначено основні тенденції та перспективи розвитку торгівлі в Харківській області).

12. Кашена Н.Б., Носач Н.М. Облік реалізації товарів в інформаційній системі підприємства роздрібної торгівлі та напрями його удосконалення. Сучасний стан і тенденції розвитку економіки країни: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Запоріжжя, 16 грудня 2016 р. Запоріжжя, КПУ, 2016. С. 164-167. (заг. обсяг 0,19 друк. арк., особисто автора 0,11 друк. арк.: визначено напрями удосконалення обліку реалізації товарів в управлінській інформаційній системі торговельного підприємства).

13. Носач Н.М. Методичний інструментарій прогнозування обсягу реалізації товарів. Фінансово-економічне та обліково-аналітичне забезпечення підприємницької діяльності : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Черкаси, 19-20 квітня 2017 р. Черкаси : СУЕМ, 2017. С. 61-63. (заг. обсяг 0,125 друк. арк.).

14. Носач Н.М., Кашена Н.Б. Організація обліку реалізації товарів в інформаційній системі управління підприємством. Інституційні трансформації сучасної економіки: виклики, проблеми, перспективи: матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф, м. Харків, 20 квітня 2017 року. Харків : ХІБМ, 2017. С. 114-117. (заг. обсяг 0,32 друк. арк., особисто автора 0,22 друк. арк.: досліджено функціональні можливості та визначено напрями модифікації програмних рішень обліку реалізації товарів в управлінській інформаційній системі підприємства).

15. Кашена Н.Б., Носач Н.М. Облікове забезпечення управління процесом реалізації на підприємстві торгівлі. Проблеми та перспективи розвитку економіки в контексті євроінтеграційних процесів : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Запоріжжя, 21 квітня 2017 р. Запоріжжя : КПУ, 2017. С. 125-128. (заг. обсяг 0,29 друк. арк., особисто автора 0,21 друк. арк.: обґрунтовано доцільність створення облікової системи нової формації та розроблено механізм формування інформаційних масивів даних для управління реалізацією товарів в торгівлі).

16. Носач Н.М. Конкурентоспроможність підприємств торгівлі та шляхи її підвищення в умовах глобалізації. Розвиток малого та середнього бізнесу в умовах глобалізації світової економіки : Всеукр. економ. форум з міжнар. участю (в он лайн форматі), м. Житомир, 27 квітня 2017 року. Житомир : ЖДТУ, 2017. С. 346-349. (заг. обсяг 0,28 друк. арк.).

17. Nosach N.M., Kashchena N. B. Information technologies in managing of the goods' selling process. Proceedings of V International scientific conference "Science of the third millennium", Apr 29, 2017. Morrisville, Lulu Press., 2017. 82-84 pp. (заг. обсяг 0,31 друк. арк., особисто автора 0,23 друк. арк.: визначено особливості застосування інформаційних технологій в управлінні процесом реалізації товарів).

18. Носач Н.М. Сучасні інформаційні технології обліку як інструмент підвищення ефективності системи управління реалізацією товарів. Соціально-економічні проблеми сучасності : матеріали Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф., м. Маріуполь, 12 травня 2017 р. Маріуполь: ДДУУ, 2017. С. 93-96. (заг. обсяг 0,25 друк. арк.).

19. Ставерська Т.О., Носач Н.М. Тенденції розвитку торгівлі Харківської області. Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я: тези доповідей XXV Міжнар. наук.-практ. конф. MicroCAD-2017, м. Харків, 17-19 травня 2017 р.: у 4 ч. Харків: НТУ «ХПІ». Ч. IV. С. 257. (заг. обсяг 0,1 друк. арк., особисто автора 0,05 друк. арк.: визначено передумови та основні тенденції змін обсягу роздрібного товарообороту регіону).

20. Носач Н.М. Організаційне забезпечення обліку реалізації товарів. Розвиток харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі: проблеми, перспективи, ефективність : тези доповідей Міжнар. наук.-практ. конф., присвяченої 50-річчю заснування Харківського державного університету харчування та торгівлі : у 2-х ч., м. Харків, 18 травня 2017 р. Харків : ХДУХТ, 2017. Ч. 2. С. 39-40. (заг. обсяг 0,125 друк. арк.).

21. Носач Н.М. Дохід від основної діяльності торговельного підприємства як об'єкт управління: обліковий аспект. Актуальні проблеми економіки та управління в умовах системної кризи: матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., м. Львів, 28 листопада 2017 р. Львів : ПрАТ «ВНЗ «МАУП» Львівський інститут, 2017. С. 446-450. (заг. обсяг 0,27 друк. арк.).

22. Nosach N.M. Features of receipts calculation according to IFRS. Proceedings of XIII International scientific conference "Modern science in Eastern Europe", Dec 22, 2017. Morrisville, Lulu Press, 2017. 38-40 pp. (заг. обсяг 0,25 друк. арк.).

23. Носач Н.М. Формування управлінської звітності про реалізацію товарів. Імплементация інновацій обліково-аналітичного забезпечення сталого розвитку сучасного бізнесу: тези доп. I Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., м. Харків, 22 березня 2018 р. Харків : ХДУХТ, 2018. С. 245-246. (заг. обсяг 0,12 друк. арк.).

24. Носач Н.М. Інновації як засіб стимулювання зростання обсягів реалізації товарів. Актуальні проблеми та перспективи розвитку України в галузі управління та адміністрування: ініціативи молоді: матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., м. Харків, 17 травня 2018 р. Харків : ХДУХТ, 2018. С. 335-337. (заг. обсяг 0,18 друк. арк.).

25. Кашена Н.Б., Носач Н.М. Формування облікової політики підприємства за операціями з товарами. Актуальні проблеми розвитку обліку, аналізу, контролю і оподаткування у контексті Європейської інтеграції та сучасних викликів глобалізації: матеріали VIII Міжнар. наук.-практ. конф., м. Львів, 17-18 травня 2018 р. Львів: Видавництво ЛТЕУ, 2018. С. 138-140. (заг. обсяг 0,22 друк. арк., особисто автора 0,15 друк. арк.: визначено архітектуру облікової політики підприємства торгівлі та її основні елементи в частині реалізації товарів).

26. Носач Н.М. Аналіз роздрібного товарообороту в управлінні реалізацією товарів: організація та методика. Інтеграційна система освіти, науки і виробництва в сучасному інформаційному просторі : матеріали IV міжнар. наук.-практ. конф., м. Тернопіль, 31 травня 2018 р. Тернопіль : Крок, 2018. С. 109-111. (заг. обсяг 0,22 друк. арк.).

27. Носач Н.М. Класифікація типів інновацій торговельних підприємств. Фінансові механізми сталого розвитку України : матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф., м. Харків, 25-26 жовтня 2018 р. Харків : Видавництво Іванченка І. С., 2018. С. 346-349. (заг. обсяг 0,15 друк. арк.).

28. Носач Н.М. Відображення реалізації товарів зі знижками в системі рахунків бухгалтерського обліку. Розвиток невиробничої сфери економіки в умовах євроінтеграційних викликів: зб. тез доп. Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., м. Харків, 22-23 листопада 2018 р. Харків : ХТЕІ КНТЕУ, 2018. С. 48. (заг. обсяг 0,1 друк. арк.).

АНОТАЦІЯ

Носач Н.М. Облік і аналіз реалізації товарів в підприємствах торгівлі. – На правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.09 – бухгалтерський облік, аналіз та аудит (за видами економічної

діяльності). – Харківський державний університет харчування та торгівлі Міністерства освіти і науки України, Харків, 2019.

Дисертацію присвячено науковому обґрунтуванню теоретичних й організаційно-методичних положень, розробці прикладних рекомендацій щодо обліку і аналізу реалізації товарів в підприємствах торгівлі з урахуванням зростаючих інформаційних потреб управління.

У роботі досліджено передумови та тенденції розвитку торгівлі в Україні та Харківському регіоні. Ідентифіковано особливості торговельної діяльності та склад господарських операцій за процесом реалізації товарів. Розвинуто понятійно-категорійний апарат та уточнено дефініцію «реалізація товарів в підприємствах торгівлі» з позиції об'єкта обліково-аналітичної інформаційної системи управління. Визначено ключові аспекти та розроблено концептуальну модель формування системи обліково-аналітичного забезпечення управління реалізацією товарів. Обґрунтовано структурні елементи і розроблено інфологічну модель облікової політики в частині доходів і витрат за процесом реалізації товарів. Запропоновано методику відображення в обліку та управлінській звітності торговельного підприємства доходів і витрат за процесом реалізації товарів у розрізі каналів збуту та форм реалізації. Обґрунтовано напрями реінжинірингу та розроблено модель організації обліку процесу реалізації товарів в управлінській інформаційній системі підприємства торгівлі. Обґрунтовано організаційно-методичні положення і розроблено відповідні моделі організації та методики аналізу реалізації товарів в підприємствах торгівлі. Запропоновано методичний підхід до комплексної оцінки ефективності процесу реалізації товарів. Розроблено детерміновані та стохастичні моделі для кількісної оцінки впливу внутрішніх чинників на зміну результатів та ефективності процесу реалізації товарів в підприємствах торгівлі. Розроблено структурно-логічну модель технології прогнозування доходу від реалізації товарів в підприємствах торгівлі із застосуванням тренд-сезонних моделей на підставі якої із застосуванням поліноміальної функції 3-го порядку визначено прогнозний обсяг доходу від реалізації товарів для досліджуваного підприємства.

Ключові слова: торгівля, підприємство, реалізація товарів, доход, витрати, облікова політика, методика обліку, технологія аналізу, система показників, комплексна оцінка, факторний аналіз, прогнозування.

ANNOTATION

Nosach N.M. Accounting and analysis of goods' sale at trade enterprises. – Manuscript.

The thesis for the degree of candidate of economic sciences in speciality 08.00.09 – Accounting, Analysis and Audit (by types of economic activity). – Kharkiv State University of Food Technology and Trade of the Ministry of Education and Science of Ukraine, Kharkiv, 2019.

The thesis is devoted to scientific substantiation of theoretical and organizational and methodical propositions, development of applied recommendations for accounting and analysis of goods' sale at trade enterprises with taking into account the increasing information needs of management.

The expediency of the interpretation of goods' sale as an object of the accounting and analytical system is substantiated in the thesis, and it is proposed to define it as a process which integrates the set of business transactions which involve the moment of transfer of the ownership of goods from the entity to the buyer or other organizational structure as a result of payment for monetary funds (exchange, free transfer of goods), as well as cause income and expenses forming of the trade enterprises operations. Additional features of the species systematization of incomes and expenses under the process of goods' sale are offered (in particular, product classification, trade mark, seasonality of implementation, period of formation, type of implementation, sale channel, income generating possibility, character of assessment and formation of indices, sale market, regularity, forms of operations and sale management, the reporting deadline). The modified classification of incomes and expenses for the process of goods' sale, which is constructed in accordance with the functions of information support management (accounting, analysis, decision-making), is developed, and it additionally includes suggested features of their systematization.

It is proved that the trade feature is the ability to remain viable under any crisis in the economy and society. The tendencies of development of volume of retail commodity circulation during recent years as a whole in Ukraine as well as in the Kharkiv region in particular were determined. The improved systematization of the factors of the formation of the volume of goods' sale is developed; it determines the institutional feature as dominant among the existing ones, which, in turn, integrates factors of different levels of the business environment (macro-, meso-, micro-) with the root causes of formation (political, general economic, demographic, organizational and legal, business environment) and identifies them according to other features depending on the management needs.

For creating the single information space for the goods' sale management the concept of forming the system of its accounting and analytical support is substantiated, it is synergy of components of accounting, analysis and control, which interact through information flows in the process of accumulation and transfer of operative, relevant and qualitative accounting and analytical information through its structuring, processing and presentation for managerial decisions making about the goods' sale to internal users and other stakeholders.

Additional elements were proposed, the architectonics formation was determined, and the infological model of accounting policy was developed in terms of revenue and expenditure of the process of goods' sale for increasing the efficiency of the accounting process. New methodological provisions are substantiated and functional model of accounting for sales of goods through sales channels and forms of sale is developed, which takes into account the specifics of the goods' sale through the Internet and discounts which are provided to the buyers, and it allows providing of qualitatively new information base formation for managerial decisions making. The package of managerial reporting forms is developed; it integrates information for analysis and substantiation of alternative decision making solutions for improving sales efficiency. The expediency of establishing sales management center at the trade enterprises is proved and the field of external and internal infocommunication channels of its interaction in the process of goods' selling with the business environment is identified for providing the effective functioning of it,

recommendations on reengineering and modeling of goods' selling accounting organization with use of modern management information systems are provided.

The main provisions are substantiated, and the reference model of the organization of the analysis of goods' sale at trade enterprises is proposed, which systematizes the set of works for providing qualitative analytical support, practical implementation of analytical procedures, substantiation and control over the implementation of management decisions in the process of goods' sale for the productive functioning of the system of analytical support for the goods' sale management. Functional model of the methodology of the analysis of goods' sale at trade enterprises is developed, which defines the sequence of analytical procedures implementation and it is based on the proposals for methodological tools (system of indices and methods of analysis) for assessing and forecasting the results and the efficiency of the goods' sale process for the implementation of the main stage of the analytical process. The technology of the complex assessment of the efficiency of the goods' sale process, which is based on the matrix model with the results, costs and resources and is indexed in accordance with the desired growth rate and provides the calculation of the integral index on the base of integrated assessments of local efficiency indices, is proposed.

The methodical tools of assessment of deterministic and stochastic factor dependencies on the process of goods' sale are substantiated for the purpose of quantifying the effect of internal factors on the change of results and the efficiency of the process of goods' selling at trade enterprises. Deterministic factor models of dependence of income and profit on goods' sale, profitability of expenses of this process, and stochastic model of profitability of sales are developed, which with taking into account different degree of factors' detailing allow providing of systematic and complex factor analysis of goods' sale.

The structural and logical model of technology for forecasting activity of income from sales of goods at trade enterprises with use of trend and seasonal models is elaborated for timely development of measures aimed at eliminating the negative effect of the business environment. The methods of constructing forecast model with taking into account of the trend, seasonal and random components, and the criteria of its adequacy and accuracy are determined; it allows assessing the quality and substantiating the optimal model of the forecast of income from the goods' sale.

Key words: trade, enterprise, goods' sale, income, expenses, accounting policy, accounting method, analysis, system of indices, complex assessment, factor analysis, forecasting activity.

Відповідальний за випуск Кашена Н.Б.

Підп. до друку 02.05.2019 р. Формат 60x84/16. Гарнітура Times New Roman. Друк цифровий. Ум. друк. арк. – 1,0. Наклад 100 пр. Зам. № 02-05.

Надруковано
ФОП Іванченко І. С.

пр. Тракторобудівників, 89-а/62, м. Харків, 61135.

Тел.: +38-057-756-09-25, +38-050-40-243-50.

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру видавців, виготівників та розповсюджувачів видавничої продукції серія ДК №4388 від 15.08.2012 р.

www.monograf.com.ua