

обслуговування широкого кола користувачів повинна скоротити можливості шахрайства та маніпулювання фінансовою звітністю.

Використання в Україні формату XBRL для процесу підготовки фінансової звітності може мати цілий ряд переваг:

- формат XBRL може бути вбудований в наявний програмний продукт безкоштовно і дозволити здійснювати автоматичний обмін і надійний відбір інформації через всі програмні формати і технологічні платформи, включаючи Інтернет;

- зробить більш ефективну і достатню підготовку поширення та аналізу фінансової звітності;

- забезпечить більш доречну та достовірну інформацію, що дозволить мати технологічну незалежність, менший ступінь впливу людського фактора і більш надійний і ефективний відбір фінансової інформації;

- зробить звітність більш доступною за допомогою надання швидких, більш точних можливостей її електронного пошуку;

- створить можливість використання облікових систем в режимі доступу «он-лайн»;

- надасть можливість підготовки звітності всіма користувачами, починаючи з місцевих організацій і департаментів, які в кінцевому рахунку, принесуть користь усім користувачам фінансової інформації;

- зробить доступною систему розкриття необхідної інформації;

- підсилять функції внутрішнього аудиту з новим набором інструментів для аналізу.

Розгляд актуальних напрямків еволюції науково-практичних аспектів в сфері формування та подання фінансової звітності дозволив визначити, якими є найближчі перспективи розвитку цього питання в міжнародній практиці. Однак не менш важливо зрозуміти, на якому етапі розвитку знаходиться вітчизняна система обліку і звітності, і які основні проблеми її подальшого переходу на міжнародні принципи.

Н.М. Носач, асп. (ХДУХТ, Харків)

ФОРМУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ ЗВІТНОСТІ ПРО РЕАЛІЗАЦІЮ ТОВАРІВ

Динамізм сучасного бізнес-середовища та посилення конкуренції в торговельній галузі визначають необхідність удосконалення інформаційного забезпечення підтримки управлінських рішень з підвищення ефективності товаропостачання та реалізації товарів. Дедалі більшої актуальності набуває цілеспрямоване формування і своєчасність передачі в режимі реального часу інформації про наявність, асортимент, рух, якість, оборотність, доходність, обсяги реалізації товарів в розрізах, що задовольняють інформаційні запити керівництва підприємства. Зазначене підтверджує доцільність удосконалення прикладних аспектів управлінського обліку в частині розробки науково обґрунтованих підходів до формування релевантної інформації про реалізацію товарів в управлінській звітності торговельних підприємств з урахуванням специфіки їх функціонування, напрацювань вітчизняної облікової школи та принципів господарського контролю.

Вважаємо, що розробка управлінської звітності про реалізацію товарів є одним з найбільш відповідальних етапів формування системи управлінського обліку на торговельному підприємстві, і має здійснюватись із дотриманням певних вимог до її змісту і формату, а саме: інформативність; своєчасність; простота формування і подання; доступність й однозначність сприйняття інформації.

Основними чинниками, які визначають змістовність, формат і порядок складання управлінської звітності про реалізацію товарів є: організаційна структура підприємства; індивідуальні інформаційні потреби на кожному з рівнів управління (оперативне, поточне, стратегічне); необхідність оперативного контролю за виконанням плану, посилення відповідальності за наявність незадовільних відхилень і доречне їх усунення, виявлення резервів збільшення обсягу та підвищення результативності продаж за окремими структурними підрозділами і в цілому по підприємству.

Змістовність та інформативність управлінської звітності про реалізацію товарів забезпечується комплексом науково-обґрунтованих принципів її формування, зокрема комунікативності, адресності, конфіденційності, релевантності, достатності, аналітичності, детальності, оперативності.

На нашу думку для продуктивного планування, контролю і покращення якості рішень з продажу товарів управлінська звітність про їх реалізацію має складатися за окремими сегментами та містити

абсолютні та відносні показники ефективності. Під сегментами (залежно від рівня і потреб управління) слід розуміти структурні підрозділи підприємства, товарні групи чи окремі товари.

Форми управлінської звітності про реалізацію товарів не є типовими і повинні розроблятися залежно від поставлених цілей управління. У зв'язку з цим вважаємо за доцільне для підприємств роздрібної торгівлі запропонувати управлінські звіти, в яких буде відображатися облікова інформація про наявність, рух та результати реалізації товарів та застосування цих даних для прийняття рішень відповідальними особами:

– УЗ-Р1 «Управлінський звіт про наявність та рух товарів»;

– УЗ-Р2 «Управлінський звіт про реалізацію товарів для прийняття рішень».

Запропонований управлінський звіт про наявність та рух товарів (УЗ-Р1) дозволить відстежувати динаміку їх обсягу, складу та структури в загалом і в розрізі окремих видів, контролювати товаропостачання, приймати рішення та розробляти заходи щодо зміни цінової та асортиментної політики підприємства.

Другий звіт (УЗ-Р2) дозволить забезпечити керівництво підприємства необхідною обліковою інформацією про доходи, витрати та результат (прибуток чи збиток) продажу товарів, а також даними для прийняття рішень щодо виконання плану, прискорення товарооборотності та підвищення рентабельності продаж. У першій частині цього звіту наводиться інформація про обсяг виручки від реалізації товарів та пов'язані з цим витрати (змінні, постійні), розмір маржинального доходу та прибутку, а також абсолютні та відносні відхилення за цими показниками. У другій – показники для управління продажами, а саме: забезпеченість реалізації, товарооборотність і рентабельність продаж. Обидва ці звіти мають складатися за кожним структурним підрозділом торговельного підприємства та подаватися до центру управління продажами.

Викладений вище підхід до формування управлінської звітності про реалізацію товарів дозволить: задовольнити інформаційні потреби управління, надаючи різні дані (показники), що дозволяють оцінювати, аналізувати та контролювати цей процес; узагальнювати інформацію про доходи, витрати та результат реалізації товарів у формі, зручній для прийняття управлінських рішень; визначати цілі та ключові показники результативності продаж окремих структурних підрозділів і підприємства у цілому.

Т.Г. Маренич, д-р. екон. наук, проф. (*ХНТУСГ, Харків*)