

оцінюються індикатори інноваційної активності підприємства, після оцінки яких формуються стратегічні альтернативи, із яких згідно з критеріями вибирається оптимальна інноваційна стратегія розвитку підприємства, що відповідає встановленій стадії життєвого циклу підприємства.

Обираючи ту чи іншу стратегію, керівництво підприємства має встановити відповідність її критеріям вибору:

- ризик – який рівень ризику підприємство вважає допустимим для кожного із управлінських рішень;

- досвід минулих стратегій і результатів їх реалізації, дозволить уникнути типових помилок та більш успішно приймати нові;

- фактор часу – своєчасність виходу на ринок з інноваційною продукцією, збалансування етапів інноваційної стратегії;

- реакція власників. Стратегічний план розробляється менеджерами організації, що часто може викликати конфліктність інтересів власників / акціонерів та управлінців. З метою уникнення опору змінам та силового тиску стратегія має оцінюватись і з позицій власників.

Завершальним етапом є реалізація обраної інноваційної стратегії та її оцінка. Оцінка полягає в порівнянні досягнутих значень цільових показників із запланованими. За результатами оцінки реалізації інноваційної стратегії розвитку підприємства керівництво може прийняти рішення не лише стосовно коректування цілей інноваційної політики, але і в разі необхідності, коректування місії підприємства.

Висновки. Таким чином, правильно обрана стратегія є результатом і в той же час ефективним механізмом стратегічного управління, оскільки вона мобілізує використання науково-технічного, виробничо-технологічного, фінансово-економічного, соціального і організаційного потенціалу підприємства в визначених напрямках, що є основою його конкурентоспроможності.

Однак, не дивлячись на те, що інноваційні стратегії розвитку відкривають нові конкурентні можливості, аналіз діяльності промислових підприємств свідчить, що для більшості сучасних вітчизняних підприємств промисловості завдання стратегічного планування інноваційного розвитку є досить новими. Тому свідоме управління інноваційними змінами на основі науково-обґрунтованих підходів до їх передбачення, оцінки та пристосування до цілей підприємства та динамічних мінливих умов має увійти в практичну діяльність кожного промислового підприємства, особливо експортноорієнтованих.

Література

1. Гольдштейн Г.Я. Стратегічний інноваційний менеджмент: Учебное пособие. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2004.

2. Крылова И.К. Формирование конкурентоспособной инновационной стратегии развития предприятия // Реструктуризация промышленных предприятий: Материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Казань: КГФЭИ, 2005. – С. 156-159.

3. Портер М. Международная конкуренция. – М.: Международные отношения, 1993.

4. Трифилова А.А. Управление инновационным развитием предприятия.– М.: Финансы и статистика, 2003.

Надійшла 14.04.2010

УДК 338.50:338.934.5

С. О. КУЗНЕЦОВА

Харківський торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету

УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДЛЯ ПОТРЕБ КАТЕГОРІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

В статті запропоновано впровадження методики управлінського обліку фінансових результатів для потреб категорійного менеджменту торговельних підприємств за центрами відповідальності для задоволення інформаційних потреб внутрішніх користувачів з метою прийняття рішень в структурі управління

In the article introduction of method of administrative account of financial results is offered for the necessities of categorical management of enterprises of auctions after the centers of responsibility for satisfaction of informative necessities of internal users with the purpose of decision-making in the structure of management

Ключові слова: фінансові результати, прибуток, управлінський облік, категорійний менеджмент.

Вступ. В сучасних кризових умовах проблеми формування фінансових результатів в обліково-інформаційній системі торговельного підприємства набувають все більшого значення, оскільки безпосередньо впливають на отриманий прибуток суб'єктами господарювання. Реалії конкурентного середовища діяльності торговельних структур висувають потребу пристосування обліково-аналітичного забезпечення до нових методів менеджменту, а саме категорійного менеджменту. Саме тому виявлена

об'єктивна необхідність у розробці організаційно-методичних аспектів формування обліку прибутку торговельних підприємств для потреб категорійного менеджменту в умовах прийняття рішень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій висвітлює, що розгляд проблем управлінського обліку за центрами відповідальності висвітлено у працях вчених-економістів: Нападовської Л.В. [10], Голова С.Ф. [7, 8], Атамас П.Й. [4], Хорнгрена Ч., Фостера Дж. [13], Друрі К. [9], Хендриксен Е. С., М. Ван Бред [12] та інших. Однак, в більшості випадків увага приділялася теоретичним засадам обліку витрат і зовсім не розглядалася методика обліку за центрами відповідальності прибутку в торговельній галузі в системі рахунків бухгалтерського обліку.

Метою статті є обґрунтування необхідності та запровадження методики управлінського обліку прибутку для потреб категорійного менеджменту торговельних структур господарювання з метою посилення аналітичності і інформативності облікового забезпечення управління для отримання високого фінансового результату діяльності підприємств торгівлі.

Основний розділ. За словами Е. Хендриксена і М. Ван Бреда, оцінка прибутку як показника результату діяльності підприємства є головною ланкою сучасної фінансової звітності. Залежно від мети кінцевий прибуток можливо визначити по різному і адресувати різним користувачам [12, с. 203]. Від правильного визначення фінансового результату в значній мірі залежать прийняті управлінські рішення робітниками менеджменту.

Фінансовий результат, з нашої точки зору, є одним з основних показників не тільки фінансової та податкової, але й внутрішньогосподарської (управлінської) звітності і виступає об'єктом управління.

Серед завдань звітності про прибуток Э. Хендриксен і М. Ван Бред виділяють використання:

- 1) прибутку як показника ефективності діяльності апарату управління;
- 2) даних про прибуток минулих періодів для прогнозування діяльності підприємства і розподілу дивідендів;
- 3) прибутку апаратом управління для аналізу результатів діяльності підприємства і обґрунтування управлінських рішень [12, с. 205].

Достовірна звітність фінансових результатів можлива при належно організованому їх управлінському обліку. Як досить точно і правдиво відмічає Ф. Ф. Бутинець, в управлінському обліку кінцевий фінансовий результат визначається за видами реалізованої продукції, підсумок якого дорівнює фінансовому результату за окремим видом діяльності у фінансовому обліку [6, с. 384]. І це буде діяти тільки в запропонованій системі інтегрованого взаємозв'язку бухгалтерських рахунків фінансового і управлінського видів обліку.

На думку Л. В. Нападовської, в управлінському обліку фінансовий результат формується як мінімум в два етапи:

- на першому етапі визначається валовий фінансовий результат як різниця між доходами (виручкою) від реалізації продукції і сумою виробничих витрат;
- на другому етапі обчислюється сума прибутку як різниця між валовим фінансовим результатом, адміністративними витратами і витратами на збут [10, с. 50-53].

Розвиваючи ідеї автора, слід зазначити, що названі вище фінансові результати, на наш погляд, в управлінському обліку торговельної мережі необхідно визначати не тільки в цілому по підприємству в Звіті про фінансові результати (форма № 2), оскільки це прерогатива фінансового обліку [1, 2], а ще і за окремими видами товарів. Таке твердження пояснюється тим, що валовий і чистий прибуток (збиток) в цілому по підприємству є показниками фінансової звітності, на інформацію якої не розповсюджується комерційна таємниця. Дані управлінської звітності доступні тільки для внутрішніх користувачів і повинні мати більшу інформативність.

Крім того, на нашу думку, в управлінському обліку необхідно визначати фінансові результати не тільки від основної діяльності, але і від іншої операційної, фінансової, інвестиційної діяльності і при надзвичайних подіях.

Професор Л. В. Нападовська до таких видів діяльності відносить основну, фінансову, іншу фінансову і надзвичайні події [10, с. 54].

Як відзначають Э. Хендриксен і М. Ван Бред, ефективність стандарту управління можна оцінити точніше, якщо прибуток структурований за видами діяльності і в більшій або меншій мірі контролюється адміністрацією. Крім того, класифікація складових прибутку за видами діяльності дозволяє отримати більш обґрунтовані прогнози [12, с. 207].

Певні передумови для організації управлінського обліку фінансових результатів за видами діяльності на вітчизняних підприємствах існують, так як на рахунку 79 «Фінансові результати» прибутки або збитки відображаються на чотирьох субрахунках:

- 791 «Результат операційної діяльності»;
- 792 «Результат фінансових операцій»;
- 793 «Результат іншої операційної діяльності»;
- 794 «Результат надзвичайних подій» [3].

Але ж у ході дослідження виявлено, що для цілей управління торговельним підприємством за

категоріями товарного асортименту законодавчо діючі рахунки в Плані рахунків не зовсім підходять.

Впровадження в Україні реформи бухгалтерського обліку створило значні переваги і посилило його інформативність, але накопичення інформації про прибуток основної діяльності все одно узагальнюється на субрахунок 791 «Результат операційної діяльності» і не надає деталізації даних. Крім того, з нього не видно також співвідношення доходів з витратами, для яких вони були понесені.

Діюча практика обліку в Україні дозволяє використовувати в торгових підприємствах інтегрований підхід до структури взаємодії бухгалтерських рахунків фінансового обліку і внутрішньогосподарчого (управлінського). Інтегрований підхід в бухгалтерській системі дозволив розробити структуру взаємозв'язку синтетичних і аналітичних рахунків формування фінансових результатів за напрямками в умовах категорійного менеджменту діяльності торгових підприємств (табл. 1).

Таблиця 1

Структура взаємозв'язку синтетичних і аналітичних рахунків формування фінансових результатів торгових підприємств за напрямками в умовах категорійного менеджменту

Код і назва субрахунку	Аналітичні рахунки				
	Першого порядку	Другого порядку	Третього порядку	Четвертого порядку	П'ятого порядку
1	2	3	4	5	6
791 «Результат операційної діяльності»	7911 «Фінансовий результат від торговельної діяльності»	Фінансовий результат у розрізі структурних підрозділів – магазинів торгового підприємства (центрів відповідальності доходів)	Фінансовий результат у розрізі класів товарів	Фінансовий результат у розрізі товарних категорій (центрів відповідальності прибутку)	Фінансовий результат у розрізі товарних підкатегорій
	7912 «Фінансовий результат від іншої операційної діяльності»	Фінансовий результат у розрізі окремих видів реалізованої іноземної валюти, окремих видів операційної оренди та ін.	-	-	-

Дослідження показало, що план рахунків бухгалтерського обліку дозволяє торговим підприємствам використовувати методіку обліку фінансових результатів орієнтовану на систему обліку «Директ-костинг». У відповідності до якої усі витрати торговельного підприємства розділяються на змінні, які виникають у самих торговельних точках (структурних підрозділах, магазинах) і безпосередньо зв'язані із продажем товарів, та постійні – загальногосподарські, тобто загальноторговельні адміністративно-управлінські витрати.

Аналіз характеру поведінки витрат торговельної діяльності дозволив пропонувати змінні витрати у розрізі підприємства роздрібною торгівлі обліковувати на рахунку 93 «Витрати на збут», а постійні по торговельному підприємству на рахунку 92 «Адміністративні витрати». При цьому варіанті обліку пропонується розподіляти змінні та постійні витрати між видами і групами товарів. В цьому випадку виникає можливість підрахунку витратомісткості товарів безпосередньо із даних рахунку 93 «Витрати на збут» та 92 «Адміністративні витрати».

Огляд попередніх робіт показав, що у Белявцевої В.В. розглянуто класифікацію витрат торгово-виробничих підприємств на змінні та постійні і тільки рекомендована до використання система обліку витрат за методом «Директ-костинг» [5, с. 9, 12-13]. Однак, конкретизованої методіки не представлено, тому не зрозуміло яким чином можна вивести маржинальний дохід від реалізації товарів і отримати ступеневі звіти саме з облікової інформації. Також, запропонована аналітика до рахунку 94 «Витрати на товарозабезпечення» зовсім суперечить діючій практиці, тому що код рахунку 94 зайнятий рахунком «Інші витрати операційної діяльності».

Вітчизняний план рахунків, незважаючи на його недосконалість, на наш погляд, все таки можливо пристосувати до управлінських потреб шляхом використання та впровадження вільних кодів рахунків.

В діючому Плані рахунків для узагальнення інформації про доходи, а також виявлення кінцевого фінансового результату діяльності підприємства за звітний період призначено клас 7 «Доходи і результати діяльності», який містить наступні вільні коди рахунків, а саме 77 та 78.

У зв'язку з цим, для організації обліково-аналітичної інформації про доходи і витрати товарних позицій і категорій в аналітичному розрізі згідно з системою «Директ-костінг» пропонуємо ввести у використання безсальдовий активно-пасивний рахунок 78 «Маржинальний дохід», у дебет якого необхідно списувати суми з субрахунку 902 «Собівартість реалізованих товарів» у розрізі товарних позицій, а також рахунку 93 «Витрати на збут» розподілені між видами товарів. У кредит – відносити суми з субрахунку 702 «Дохід від реалізації товарів», а також у розрізі товарних позицій.

Далі кредитове (або дебетове) сальдо рахунку 78 «Маржинальний дохід», яке покаже суму покриття змінних витрат(або збиток), списується на субрахунок 7911 «Фінансовий результат від торговельної діяльності» проведенням:

- у сумі маржинального прибутку -

Дт 78 «Маржинальний дохід»

Кт 7911 «Фінансовий результат від торговельної діяльності»;

- у сумі збитку -

Дт 7911 «Фінансовий результат від торговельної діяльності»;

Кт 78 «Маржинальний дохід»

Згідно з цією методикою, у дебет субрахунку 7911 «Фінансовий результат від торговельної діяльності» належить також списувати суми з рахунку 92 «Адміністративні витрати» розподілені між видами товарів.

Складність виникає при розрахунку розподілу змінних і постійних витрат торговельної діяльності (рахунки 92, 93) між видами реалізованих товарів. Це пояснюється тим, що для отримання достовірних результатів необхідно правильно і обґрунтовано вибрати базу розподілу [14].

Слід зазначити, що рекомендований рахунок 78 «Маржинальний дохід» вводиться тільки для цілей управлінського обліку торговельних підприємств, тому не повинен впливати на відображення результатів діяльності підприємства в цілому і не враховується у зовнішній звітності. За цим, на кінець звітного періоду рахунок 78 «Маржинальний дохід» сальдо не має.

З метою отримання такої інформації план рахунків має бути диференційований за відповідними ознаками на основі детального кодування названих даних. З цього приводу, основний акцент пропонуємо робити на конкретизації доходів і витрат та, як наслідок, отриманого прибутку у розрізі його видів за центрами відповідальності категорійного менеджменту, які виділено автором у таблиці 1. Зроблена пропозиція означає посилення аналітичності обліку з урахуванням співвідношення доходів і витрат для отримання прибутку за місцями його виникнення.

Особливий підхід до групування та відображення прибутку за категорійними центрами відповідальності потребує виділення окремої групи рахунків другого, третього, четвертого порядків, які мають самостійну систему запису на рахунках і самостійне балансове узгодження оборотів та сальдо за рахунками.

Постає питання як впровадити в інформаційну структуру внутрішньогосподарського контролю запропоновану методику обліку торговельного прибутку за категоріями?

В. Снегірьова зазначає, що у роздрібній торгівлі під категорією розуміють сукупність елементів, об'єднання яких у групу здатне принести позитивний ефект у процесі реалізації, підвищити ефективність і продуктивність управляючої системи.

Товарна категорія – сукупність товарів, об'єднання яких до групи для спільного управління відповідає цілям і задачам категорійного управління. В категорію можуть об'єднуватися товари, які належать до різних товарних груп, підгруп чи видів [11, с. 96].

Отже, ефективність управління категорією залежить від того, наскільки грамотно підібрані товари в її структурі. Тому, найбільш важливим етапом, від чого залежить успіх всієї системи категорійного менеджменту, є формування категорій в структурі асортименту, яке відбуватиметься у інформаційному середовищі бухгалтерського обліку.

Досліджено, що ґрунтовними методами формування товарних категорій є ідентифікація, групування і класифікація. Так, класифікація – це розділення множини об'єктів на підмножини, за подібними чи різними ознаками у відповідності до прийнятого методу. У науковій літературі розрізняють два методи класифікації: ієрархічний та фасетний. В ході дослідження доведено - для роздрібно-торговельної мережі більш підходить ієрархічний метод класифікації, а саме послідовне розділення множини об'єктів на підпорядковані класифікаційні групи.

Таким чином, впровадження методики обліку прибутку за категоріями торгового асортименту передбачає складання ієрархічного товарного класифікатора, тобто розділення всіх товарів на рівні: класів, товарних категорій і підкатегорій. При цьому товари на кожному рівні об'єднуються чи в клас, чи в категорію, чи в позицію за загальними ознаками і властивостями. Далі виділимо три основні рівня ділення товарного класифікатора:

Перший рівень – клас товарів: чим крупніший формат магазину, тим більше рівнів ділення.

Другий рівень – товарна категорія: це сукупність товарів, об'єднаних деякою зальною ознакою – видом товарів, засобом виробництва чи застосування і т. п.

Третій рівень – товарна підкатегорія: це сукупність товарів, які покупець сприймає як схожі між собою, чи товар об'єднаний спільним використанням. Структурно-логічну побудову класифікаційного виділення товарних позицій для потреб обліку в умовах категорійного менеджменту наведено на рис. 1.

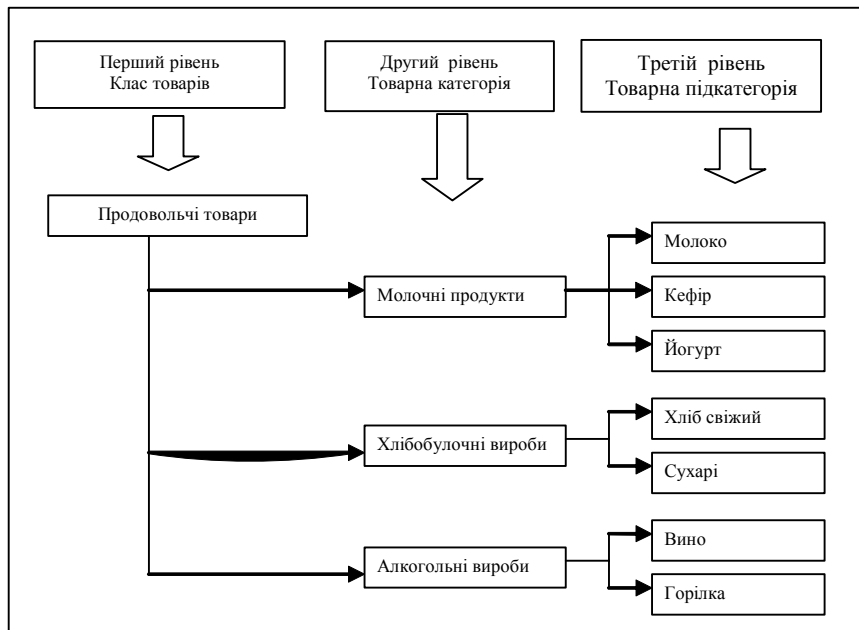


Рис. 1. Структурно-логічна побудова класифікаційного ділення товарів на рівні для обліку прибутку в умовах категорійного менеджменту торговельної діяльності

Отже, для побудови цілісної системи обліку прибутку за категоріями товарного асортименту необхідно визначення аналітичних рахунків витрат, доходів та прибутків, згідно товарного класифікатора і, важливо, щоб усі рівні мали наступне ділення: клас ділився на категорію, категорії на підкатегорії, а в подальшому та товарні позиції. Безумовно, запровадження системи обліку торговельного прибутку за категоріями можливо лише в умовах використання сучасних комп'ютерних технологій.

Так, план рахунків за своїм змістом є особливим класифікатором ресурсів, які використовуються підприємством у процесі діяльності. Основою класифікації є поділ множин на підмножини за схожістю чи відмінностями, за ознакою або сукупністю ознак, які характеризують елементи множини. Через те, господарська операція передбачає наявність ознак, достатніх для визначення бухгалтером значень додаткових або узагальнюючих ознак відповідних об'єктів, які в сукупності забезпечують однозначне визначення кореспонденції рахунків. Аналітичні рахунки також можуть формуватися автоматично на основі опису структури коду рахунків та інформації, що характеризує напрями використання відповідних ресурсів. Для вирішення даних задач необхідно створити базу знань із використанням теорії множин та матриці бінарних відношень в умовах комп'ютерної обробки даних.

Значення ознак об'єктів при здійсненні господарської операції порівнюється зі значеннями у довідниках для визначення номера рахунку, тим самим, формується бінарний пошуковий образ, згідно зі структурою матриці правил визначення рахунків. Збіг пошукового образу призводить до автоматичного вибору рахунку.

Виходячи з цих можливостей, пропонуємо за умов ведення комп'ютерного обліку до субрахунків 282 «Товари в торгівлі», 702 «Дохід від реалізації товарів», 902 «Собівартість реалізованих товарів», до рахунку 78 «Маржинальний дохід», до субрахунку 7911 «Фінансовий результат від торговельної діяльності» виділяти і додавати аналітичні ознаки рахунків управлінського обліку (рис. 2).

При оприбуткуванні товари вводяться бухгалтером в базу даних підприємства будь-якої інформаційної системи на субрахунок 282 X XXX «Товари в торгівлі», заводиться картка товарної позиції, де вказується назва товару, строки придатності, ціна, штриховий код та ін., а також зазначається аналітичний рахунок згідно з пропонованим виділенням центрів відповідальності доходів – магазинів торговельного підприємства і товарного класифікатора за категоріями. Коли товарна позиція приходить вдруге, то бухгалтер вибирає в базі даних назву товару, а проведення формується автоматично, так як аналітичні ознаки вже введені у карточку товарної позиції. Отож, при отриманні, наприклад, третім магазином мережі (центром відповідальності) торговельного підприємства від постачальника товарної позиції «Молоко» в бухгалтерському обліку буде сформована кореспонденція рахунків:

Дт 282 3 142 «Товари в торгівлі – магазин № 3 – молоко»

Дт 641 «Розрахунки з податків – ПДВ»

Кт 631 «Розрахунки з вітчизняними покупцями»

Досягнення аналітичності до субрахунку 702 X XXX «Доход від реалізації товарів» пропонується через впровадження системи «Торгівля і сервіс» чи іншого програмного модуля подібного класу і можливостями, який дозволить одразу ж після продажу товарів у торговельному залі, шляхом перенесення даних ідентифікувати дохід від реалізації та віднести його на конкретну товарну позицію саме в бухгалтерському обліку.

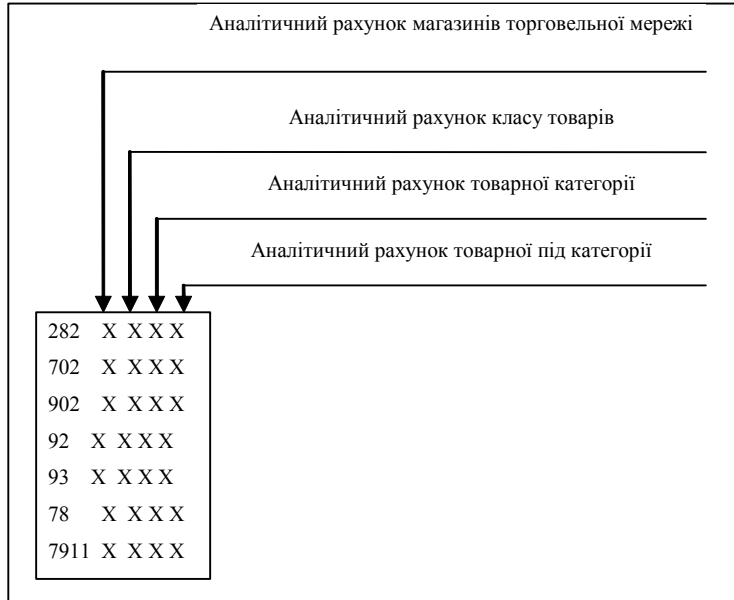


Рис.2. Аналітичні ознаки рахунків бухгалтерського обліку в умовах категорійного управління торговельним прибутком

Водночас з реалізацією товарної позиції у торговельному залі і відображенні доходу від реалізації настає можливим списання витрат від реалізації на субрахунок 902 X XXX «Собівартість реалізованих товарів».

В автоматизованому бухгалтерському обліку у випадку продажу через роздрібну торговельну мережу означеної товарної позиції буде сформована наступна кореспонденція рахунків. При відображенні доходу від реалізації товарної позиції «Молоко»:

Дт 301 «Каса в національній валюті»

Кт 702 3 142 «Доход від реалізації товарів – магазин № 3 – молоко»;

Водночас на суму ПДВ:

Дт 702 3 142 «Доход від реалізації товарів – магазин № 3 – молоко»

Кт 641 «Розрахунки з податків – ПДВ».

Разом з цим списана собівартість реалізованої товарної позиції:

Дт 902 3 142 «Собівартість реалізованих товарів – магазин № 3 – молоко»

Кт 282 3 142 «Товари в торгівлі – магазин № 3 – молоко».

Списання доходу від реалізації товарної позиції на рахунок маржинального доходу:

Дт 702 3 142 «Доход від реалізації товарів – магазин № 3 – молоко»

Кт 78 3 142 «Маржинальний дохід – магазин № 3 – молоко».

Списання собівартості реалізованої товарної позиції на рахунок маржинального доходу:

Дт 78 3 142 «Маржинальний дохід – магазин № 3 – молоко»

Кт 902 3 142 «Собівартість реалізованих товарів – магазин № 3 – молоко»

Списання розподілених згідно з запропонованою нами методикою змінних витрат на збут [14] на рахунок маржинального доходу:

Дт 78 3 142 «Маржинальний дохід – магазин № 3 – молоко»

Кт 93 3 142 «Витрати на збут».

Таким чином, виходячи з досліджень, сальдо рахунку 78 «Маржинальний дохід» показує отриманий маржинальний дохід конкретної товарної позиції, підкатегорії, категорії, товарного класу, магазину і здатне надати облікову інформацію в системі рахунків бухгалтерського обліку за методом «Директ-костинг» необхідну для управління в умовах матричної структури категорійних центрів відповідальності прибутку.

Наступним етапом є списання сальдо рахунку 78 «Маржинальний дохід» на фінансовий результат діяльності:

Дт 78 3 142 «Маржинальний дохід – магазин № 3 – молоко»

Кт 7911 3 142 «Фінансовий результат від торговельної діяльності – магазин № 3 – молоко», а також

списання постійних адміністративних витрат, розподілених між видами товарів, на фінансовий результат діяльності:

Дт 7911 3 142 «Фінансовий результат від торговельної діяльності – магазин № 3 – молоко»
Кт 92 3 142 «Адміністративні витрати».

Отже, сальдо рахунку 7911 X XXX «Фінансовий результат від торговельної діяльності» надасть інформацію про отриманий прибуток конкретної товарної позиції, підкатегорії, категорії, товарного класу, магазину у розрізі центрів відповідальності з урахуванням потреб усіх внутрішніх користувачів облікової інформації в умовах категорійного управління товарним асортиментом торговельних підприємств.

Методика застосування управлінського обліку фінансових результатів в системі категорійного менеджменту торговельного підприємства на бухгалтерських рахунках схематично представлена на рис. 3.

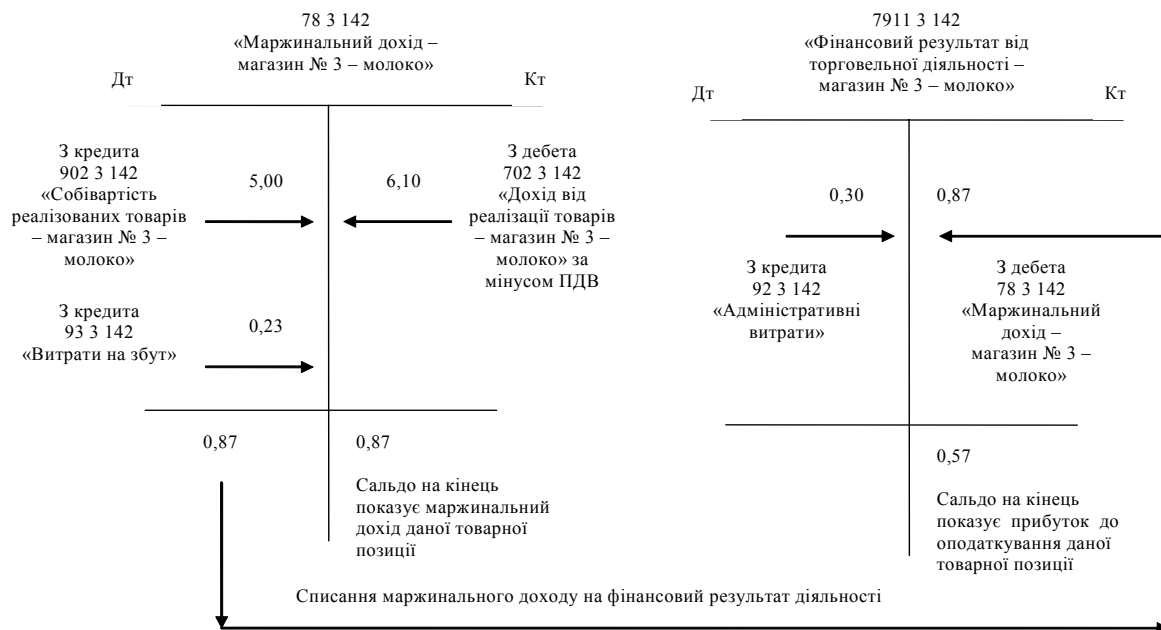


Рис. 3. Пропонована методика управлінського обліку фінансових результатів для потреб категорійного менеджменту торговельних підприємств в системі «Директ-костинг» за центрами відповідальності

Висновки. Підводячи підсумок дослідженню організаційно-методичних аспектів управлінського обліку прибутку для потреб категорійного менеджменту, можна зробити висновок, що розглянута методика обліку є універсальною для торговельних суб'єктів господарювання в умовах прийняття рішень різними користувачами облікової інформації, що, в свою чергу, дозволить своєчасно вирішувати загальні завдання управління: забезпечувати управлінський апарат торговельних організаційних структур необхідною економічною інформацією для кількісної оцінки чинників і наслідків ухвалених рішень задля визначення, з високим ступенем точності, витрат, доходів, маржинального доходу та фінансового результату за видами реалізованих товарних позицій, структурних підрозділів (центрів відповідальності) і торговельному підприємстві в цілому. Виходячи з цього запропонована методика обліку фінансових результатів допоможе здійснювати контроль і управління товарними запасами, оптимізувати обсяг продажу і прибуток, проводити обґрунтовану політику цін з метою своєчасного отримання високого фінансового результату.

Література

1. Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні : закон України: [прийнято ВР 16.07.99 р. № 996-14 зі змін. та доповн.] [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <<http://zakon.rada.gov.ua>>
2. Звіт про фінансові результати : [затв. наказом Міністерства фінансів України від 31.03.99 р. № 87, зі змінами та доп.] : положення (стандарт) бухгалтерського обліку 3. – Х. : Фактор, 2009. – 416 с
3. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій від 21.12.99 р. № 892/4185. – Х. : Фактор, 2008. – 192 с. – (Серія «Бібліотека законодавства»).
4. Атамас П. Й. Управлінський облік : [навч. посібник] / Атамас П. Й. – Д. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 440 с.
5. Белявцева В. В. Організація управлінського обліку в торгово-виробничих підприємствах : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.04 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит» / В. В. Белявцева. – Харків, 2006. – 17 с.
6. Бутинець Ф. Ф. Бухгалтерський управлінський облік : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / [Ф. Ф.

Бутинець, Т. В. Давидюк, Н. М. Малюга, Л. В. Чижевська.]; під ред. Ф. Ф. Бутинця. — [2-е вид., перероб. і доп.]. — Житомир : ПП "Рута", 2002. — 480 с.

7. Голов С. Ф. Бухгалтерський облік в Україні: аналіз стану та перспективи розвитку : [монографія] / С. Ф. Голов / Міжнародний ін-т менеджменту (МІМ-Київ). — К. : Центр учбової літератури, 2007. — 522 с.

8. Голов С.Ф. Управлінський облік : [підручник] / Голов С. Ф. — К. : Лібра, 2003. — 704 с.

9. Друри К. Управленческий и производственный учет : учебник [для студ. вузов] / К. Друри ; [пер. с англ.]. — [6-е изд.] — М. : Юнити-Дана, 2007. — XXII, 1401с. — (Серия "Зарубежный учебник").

10. Нападовська Л. В. Управлінський облік : [підручник] / Л. В. Нападовська. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т : Книга, 2004. — 544 с.

11. Снегирева В. Розничный магазин. Управление ассортиментом по товарным категориям / Виктория Снегирева – СПб. : Питер, 2007. – 416 с.

12. Хендриксен Е. С. Теория бухгалтерского учёта; / Е. С. Хендриксен, М. Ф. Ван Бреда [пер. с англ.]. — М. : Финансы и статистика, 1997. — 576 с.

13. Хорнгрен Ч. Управленческий учет / Ч. Хорнгрен, Дж. Фостер, Ш. Датар ; пер с англ. — [10-е изд.]. — СПб. : Питер, 2005. — 1008 с. — (Серия «Бизнес-класс»).

14. Чернікаова І. Б. Удосконалення бухгалтерського обліку прибутку для цілей категорійного управління торгівлею / І.Б Чернікова, С.О. Кузнецова // Соціально-економічні аспекти розвитку України в умовах конкурентного середовища тези доп. : всеукр. наук.-практ. конф., 8-9 квітня. 2010 р. — Первомайськ : ПВ ХДУХТ, 2010. — С. 279-280.

Надійшла 18.04.2010

Підп. до друку 30.04.2010. Ум. друк. арк. 21,52. Обл.-вид. арк. 12,89
Формат 30x42/4, папір офсетний. Друк різнографією.
Наклад 100, зам. № 434

Тиражування здійснено з оригінал-макету, виготовленого
редакцією журналу "Вісник Хмельницького національного університету"

ПП Ковальський
29000, м. Хмельницький, вул. Свободи, 53. Тел.-факс (0382) 76-42-92