

А. Ж. Сакун,  
к. е. н., доцент кафедри обліку і оподаткування,  
Херсонський державний аграрно-економічний університет  
ORCID ID: 0000-0002-0910-4055

О. Г. Карташова,  
к. е. н., доцент кафедри публічного управління та адміністрування,  
Херсонський державний аграрно-економічний університет  
ORCID ID: 0000-0002-9692-7032

DOI: 10.32702/2306-6806.2021.2.112

## СТРУКТУРА ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

A. Sakun,  
PhD in Economics, associate professor department of Accounting and Taxation,  
Kherson State agrarian and economic University  
ORCID ID: 0000-0002-0910-4055

O. Kartashova,  
PhD in Economics, Associate Professor at the Department of public management and administration,  
Kherson State agrarian and economic University  
ORCID ID: 0000-0002-9692-7032

### STRUCTURE OF INFORMATION SUPPORT OF THE MANAGEMENT OF SALES ACTIVITIES OF THE ENTERPRISE

*У статті розглянуто основні теоретичні та практичні аспекти управлінням збутовою діяльністю на основі формування системи показників виробничо-господарської діяльності підприємства, що характеризується такими групами: показники комплексного аналізу діяльності; організаційно-технічного рівня виробництва; виробництва та реалізації продукції; собівартості продукції; прибутку та рентабельності. Розглянуто етапи процесу збуту, що передбачає здійснення контролю на кожному з етапів збуту. Визначено, що бухгалтерський облік зарубіжних країн методологічно, методично і організаційно відрізняється від обліку вітчизняного. Основними регулюючими документами виступають МСБО. Зазначено, що у більшості країн Європи ведення обліку доходів і витрат має чітко виражений податковий характер і ведеться тільки для складання податкової звітності та здійснення розрахунку платежів до бюджету.*

*The article considers the main theoretical and practical aspects of sales management based on the formation of a system of indicators of production and economic activity of the enterprise, characterized by the following groups: indicators of comprehensive analysis of activities; organizational and technical level of production; production and sales; production costs; profit and profitability. Sales management decisions today are one of the most important and complex areas of management that requires more in-depth study. In a broad sense, the term "sales management" is considered as a general management of sales activities of the firm. In a narrower sense, this term is understood as planning and real daily management of sales of enterprise products. Management of agricultural enterprises should be based on a market-oriented management system. The stages of the sales process are considered, which involves the implementation of control at each stage of sales. Production costs in farms and other farms are: material costs, wages for production and other costs. It is expedient to keep records of materials and other stocks periodically, when all the received stocks are defined as material production costs. In*

*this case, to accurately determine the amount of actual material costs, adjustments are made for changes in inventory balances at the beginning and end of the year, which are determined by inventory. In this case, the inventory acts as an element of the method of accounting.*

*Modern enterprises for efficient management must realize the need to shift the emphasis of management from production to sales. The company's policy based on sales management is qualitatively different from the production orientation flexibility, efficiency, sensitivity to market dynamics, constant optimization of product range and pricing policy, growth of communications, search for effective tools to promote goods, a high degree of economic and social responsibility. It is determined that the accounting of foreign countries is methodologically, methodologically and organizationally different from the accounting of domestic. IASs are the main regulatory documents. It is noted that in most European countries, accounting for income and expenses has a clear tax nature and is conducted only for tax reporting and calculation of payments to the budget.*

*Ключові слова: інформація, управлінські рішення, збутова діяльність, управління збутом, документація.  
Key words: information, management decisions, sales activities, sales management, documentation.*

## ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Ефективність збутової діяльності підприємства багато в чому залежить від правильності визначення її функцій, проміжних і кінцевих цілей, тобто від уміння управляти нею. У найбільш загальному розумінні управління — це елемент виробничих, підприємницьких і інших відносин, які ставлять своїм завданням координувати, узгоджувати діяльність людей і трудових колективів щодо організації виробництва матеріальних благ, їх розвитку, реалізації, продажу, споживання.

Управлінські рішення в сфері збуту сьогодні є однією з найбільш важливих і складних областей управлінської діяльності, яка потребує більш глибокого вивчення. У широкому сенсі термін "управління збутовою діяльністю" розглядається як загальне керівництво збутовою діяльністю фірми. У більш вузькому сенсі цей термін розуміється як планування і реальне щоденне керівництво збутом продукції підприємства. Керівництво сільськогосподарськими підприємствами має здійснюватися на основі ринково орієнтованої системи управління.

## АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Питання щодо розкриття сутності збутової діяльності, специфіки розробки системи управління збутовою діяльністю, а також формування облікового забезпечення як основи інформаційного забезпечення процесу збутової діяльності підприємства активно вивчали у своїх наукових працях як іноземні, так і вітчизняні вчені: А. Балабанова [1], Г. Болт [2], Дж. Ланкастер [7], Ф. Котлер [6], Н. Гудзенко [3], Н. Коваль [4], О. Пальчук [8], С. Шпилик [13], С. Хрупович [12], Н. Терент'єва [11] та інші.

## МЕТА СТАТТІ

Метою статті є систематизація теоретичних елементів, які визначають поняття рейдерства, його основних типів та форм вияву, а також визначення взаємозв'язку діяльності підприємства з протидією рейдерству та силовій складовій його економічної безпеки.

## ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Під сучасним управлінням збутовою діяльністю слід розуміти систему економічних відносин, що складаються в процесі виробництва і збуту продукції, побудова ефективних каналів розподілу, організацію раціональної системи руху товарів, системи комунікацій, ефективного управління персоналом, а також планування, організацію, контроль і аналіз збутової діяльності

підприємства з метою як найповнішого задоволення потреб покупців і отримання прибутку. Управління збутом має бути направлено на завоювання і збереження підприємством кращою частки ринку і утримання переваги над конкурентами [1].

Управління збутовою діяльністю має вирішувати такі завдання:

- визначити цілі збуту в залежності від основної мети діяльності підприємства;

- ставити завдання, планувати, прогнозувати, розробляти стратегію і тактику для досягнення найкращого результату;

- організовувати і координувати збутову діяльність підприємства з урахуванням реалізації оптимізаційних задач;

- контролювати і оцінювати отримані результати;

- організовувати ефективне інформаційне та управлінське забезпечення системи збуту.

Сучасні підприємства для ефективного господарювання повинні усвідомити необхідність переміщення акцентів управління з виробничою орієнтації на збутову. Політика підприємства, заснована на управлінні збутом, якісно відрізняється від виробничої орієнтації гнучкістю, оперативністю, чутливістю до динаміки ринку, постійної оптимізацією номенклатури товару і цінової політики, зростанням комунікацій, пошуком ефективних інструментів просування товару, високою мірою економічної і соціальної відповідальності [5].

Процес управління збутом передбачає організацію раціональної системи руху товару, комунікацій і управління персоналом. Для цього необхідно постійно оцінювати і аналізувати процес продажів, виявляти і ранжувати слабкі місця для їх поступового вдосконалення.

Управління збутом являє собою безперервний процес, що носить циклічний характер, для здійснення якого на підприємствах створюють спеціальні відділи збуту. Сучасний відділ продажів — це складний багатofункціональний механізм у структурі компанії, для ефективної роботи якого необхідно передусім підібрати висококваліфікований персонал. Процес управління збутом буде тісно пов'язаний з процесом управління роботою співробітників, а точніше — їх активністю. Для управління збутових відділом необхідно прийняти основні рішення, представлені на рисунку 1.

Основним завданням відділу збуту є збільшення обсягу продажів з метою найбільш повного задоволення споживчого попиту і максимізації прибутку підприємства. Зміст функцій збутового відділу включає три основних напрями: планування, організацію, контроль і



**Рис. 1. Основні рішення, які необхідно прийняти для організації управління відділом збуту**

координацію. Планування передбачає: вивчення зовнішніх і внутрішніх умов; визначення цілей; розробку прогнозів кон'юнктури і попиту; підготовку прогнозів реалізації товарів; складання планів поставок готової продукції; планування оптимальних господарських зв'язків; вибір каналів розподілу товару; планування додаткових послуг, зовнішньоторговельних операцій, рекламної діяльності; складання кошторису витрат на управління збутом і розподіл, планування прибутковості.

Організація збуту включає: організацію збору інформації про попит; висновок зі споживачами господарських договорів на поставку продукції; вибір форм і методів реалізації продукції, способів доставки її споживачеві; підготовку продукції до відправлення споживачу; технологію руху товарів; організацію інформаційно-диспетчерської служби, звітності; організацію торговельної комунікації, правової й претензійної роботи; організацію стимулювання попиту і рекламної діяльності [15].

Контроль і координація роботи персоналу служби збуту передбачає: оцінку відповідності реалізації збутових функцій програмі маркетингових досліджень; аналіз дії збутової служби, а також розроблення заходів щодо координації збутової діяльності та підвищення її ефективності; контроль і оцінку ефективності стимулювання збуту і рекламних заходів; тактичний контроль; контроль за поставками продукції, здійсненням зовнішньоторговельних операцій, дотриманням договірних зобов'язань, своєчасністю оплати рахунків; коригування виробничої програми відповідно до надійшли замовленнями; пред'явлення споживачам претензій за порушення договірних зобов'язань і несвоєчасну оплату рахунків.

Організація збуту передбачає розподіл існуючих функцій між учасниками обміну і ключовим питанням зазвичай є визначення того, хто саме буде виконувати ті чи інші функції збуту. Принципи роботи збутового відділу включають вибір організаційної структури, що дозволяє підприємству працювати найбільш ефективно.

Управління збутом продукції передбачає здійснення контролю на кожному з етапів збуту. Ми вважаємо, що процес збуту складається з наступних основних етапів (табл. 1).

Етап укладання угоди тісно пов'язаний з організацією правової та претензійної роботи. Цю функцію повинні здійснювати висококваліфіковані юристи, які володіють усіма необхідними знаннями та навичками з регулювання взаємовідносин з покупцями.

Для успішного виходу на ринок підприємство повинне запропонувати конкурентоспроможний товар і зацікавити ним споживача. В цьому випадку мова йде про постійне стимулювання збуту. Стимулювання збуту — це система короткострокових заходів, спрямованих на організацію швидкого реагування ринку на запропонований товар.

Ми вважаємо, що стимулювання збуту на підприємстві відбувається за трьома основними напрямками:

1. Стимулювання споживачів.
2. Стимулювання торгових посередників.
3. Стимулювання власного торгового персоналу.

На сучасному етапі розроблена система показників оцінювання результативності й ефективності підприємством збутової політики, яка представлена трьома групами показників:

— узагальнюючі показники ефективності всієї виробничо-господарської діяльності;

**Таблиця 1. Характеристика основних етапів процесу збуту**

Етап	Характеристика	Результат
Пошук потенційних покупців	Вивчення ринку, освоєння різних джерел інформації, підтримання особистих контактів	Формування бази потенційних покупців
Ініціювання інтересу	Вибір оптимального способу підходу до клієнта, встановлення контакту з потенційним покупцем, ознайомлення клієнта з пропонуваним товаром,	Клієнт зацікавлений в детальному ознайомленні з товаром
Презентація продукту	Детальне ознайомлення з асортиментом пропонованої продукції, демонстрація конкурентних переваг товару	Потенційний покупець визначився, що саме він хотів би придбати
Узгодження умов	Узгодження обсягів поставки, ціни, термінів і способів доставки, рішення розбіжностей, уточнення фінансових і юридичних питань	Узгоджені всі умови продажу
Укладання угоди	Оплата рахунку і відправка продукції	Потенційний клієнт став реальним покупцем

— показники ефективності використання основних видів ресурсів;

— показники перспективності товарних асортиментів, конкурентоспроможності підприємства.

Система показників виробничо-господарської діяльності підприємства також характеризується такими групами: показники комплексного аналізу діяльності; організаційно-технічного рівня виробництва; виробництва та реалізації продукції; собівартості продукції; прибутку та рентабельності [9].

Перша група показників є узагальнюючою, синтезуючою інші показники діяльності підприємства. На її основі визначають ефективність роботи підприємства загалом.

Другий, організаційно-технічний, рівень виробництва характеризує ступінь раціоналізації виробничої діяльності, що виражається в удосконаленні знарядь праці та технології виробництва, засобів і методів організації та управління виробництвом, якості продукції. Він визначає використання виробничих ресурсів і величину авансованих фондів, обсягу виробництва та собівартості продукції [10]. Тому цей аналіз орієнтований на обґрунтування таких напрямів, як удосконалення науково-технічної та матеріальної бази, рівня організації та управління, які забезпечать умови для розробки й виробництва оптимального товарного асортименту продукції. Синтетичними показниками технічного рівня виробництва є озброєність живої праці основними фондами, рівень механізації праці, ступінь відновлення устаткування.

Організаційний рівень виробництва слід розглядати в таких аспектах: через показники використання виробничої потужності підприємства, частки профільної продукції в загальному обсязі виробництва. Ураховувати ці показники при управлінні асортиментною політикою необхідно, тому що підвищення технічного, організаційного рівня виробництва знаходить своє відображення в економічному рівні виробництва.

Під економічним рівнем виробництва розуміють ступінь використання живої та упредметненої праці. Ступінь використання живої праці характеризує вироблення продукції на одного працюючого, а показником, що характеризує ступінь використання упредметненої праці, є фондівдача.

Третю групу показників обсягу виробництва та реалізації продукції необхідно представляти у двох видах: товарна і реалізована продукція. Це необхідно для того, щоб всебічно оцінити виробництво продукції — головний кінцевий результат діяльності підприємства.

Четвертим, узагальнюючим показником рівня використання ресурсів виробництва є собівартість продукції. У ній синтезуються витрати загальних засобів на виробництво окремих видів товару, її зниження є стимулом до впровадження у виробництво нової техніки. Саме в собівартості, з одного боку, узагальнюється комплексна характеристика ефективності виробництва, а з іншого — ураховуються основні причини і фактори, що впливають на цю ефективність.

П'ята група показників прибутку і рентабельності є загальноекономічною категорією. Вони взаємозалежні з основними показниками, що характеризують ефективність виробництва: продуктивністю праці, фондівдачею, матеріалоемністю, собівартістю. Крім показників аналізу виробничо-господарської діяльності, управляючи асортиментною політикою, необхідно також ураховувати ступінь забезпеченості підприємства основними видами ресурсів (трудовими, матеріальними, основними засобами). Це є необхідним, тому що їх кількість і якість є одним із головних обмежень розвитку системи асортиментної політики.

Для визначення ефективності управління збутовою діяльністю підприємства використовують таку систему показників: темп зростання обсягу збуту, темп зростання прибутку від реалізації, абсолютна зміна рентабель-

ності реалізації, абсолютна зміна товарооборотності у днях і темп зростання продуктивності праці, визначення середнього балу.

В управлінні збутом продукції, яка випускається, під контролінгом розуміють кількісну і якісну підготовку, а також оцінку оперативних і стратегічних рішень, аналіз ефективності проведеної асортиментної політики. Контролінг асортименту — це інструмент управління асортиментом продукції, що спрямований на одержання позитивних фінансових результатів. Основною метою контролінгу є допомога в управлінні асортиментною політикою, яка орієнтована на потреби ринку і спрямована на координацію збутових заходів у сфері асортиментної політики та засобів здійснення її цілей [14].

Інструментом контролінгу є аналіз. За допомогою аналізу можна з'ясувати вплив сезонності продукту, сервісних послуг, застосовуваних до нього, конкурентоспроможності, технічних даних тощо на ритмічність і активність збутової діяльності, а також оцінити наявні тенденції.

На підприємстві поряд із роботою зі збору й аналізу вторинної інформації використовуються напрацьовані наукою методи генерації ідеї продукту. На більшості підприємств формування товарних асортиментів продукції здійснюється за напрямом, що передбачає модернізацію або модифікацію виробів, що вже випускають. Основна причина цього полягає в тому, що підприємства не мають у своєму розпорядженні достатніх коштів для розробки, купівлі ліцензії та налагодження виробництва принципово нової техніки й технології.

Кожне підприємство основною метою своєї діяльності має отримання прибутку як позитивного фінансового результату. Фінансові результати — це економічний результат виробничої діяльності господарства, виражений у вартості. Саме від визначення фінансового результату, про що свідчить зарубіжний досвід та вітчизняна практика, буде залежати організація обліку доходів і витрат.

Усі ресурси, що використовуються у господарстві, відображаються на витратах за рахунок виплат грошових коштів, боргів, обміну тощо. Більшість витрат у сільськогосподарських підприємствах визначається здійсненням виробничого процесу. Виробничі витрати у сільськогосподарських підприємствах та інші види діяльності складають: матеріальні витрати, заробітна плата за виробництво та інші витрати. Корисно регулярно вести облік матеріалів та інших товарно-матеріальних цінностей, коли весь отриманий запас визначається як вартість виготовлення матеріалу. У цьому випадку зміни рівня запасів на початок та кінець року, які визначаються запасом, коригуються для точного визначення фактичних матеріальних витрат. Водночас інвентаризація виступає як елемент методу бухгалтерського обліку. Виробничі витрати на малих підприємствах, таким чином, є алгебраїчною сумою витрат: заробітна плата за виробництво продукції, обсяг придбаних матеріальних активів та послуг, сума інших витрат та сума зміни запасів. Цей досвід був запозичений у США, де витрати розраховуються двома методами: касовий (без урахування залишків матеріальних цінностей на кінець року) або наростання (з урахуванням залишків матеріальних цінностей на кінець року). За міжнародними стандартами, законодавство США не вимагає дотримання єдиної системи обліку, і фермер може вибрати будь-яку систему, яка об'єктивно відображає його діяльність. Однак організація обліку передбачає облік кожного виду діяльності та розподіл сільськогосподарських та несільськогосподарських (позафермерських) витрат. Регістри бухгалтерського обліку для фермерів створюються дослідницькими станціями в університетах штатів.

Так, у штаті Айова такими регістрами згідно книги по фермерському обліку (практичне керівництво) є Регістр фермерські витрати, Регістр фермерський дохід

(готівкою), Відомості чистого доходу. Крім того, при використанні методу наростання для визначення доходів і витрат ведуть опис кормів і худоби для визначення залишку та врахування його при визначенні результатів. Під час ведення обліку не використовують метод подвійного запису, а здійснюють просте групування господарських операцій. Витрати відображають у розрізі елементів і окремо виділяють витрати на оренду техніки та бартерні операції.

В Європі, зокрема в Польщі, облік у малих сільсько-господарських підприємствах ведеться на основі спрощеної системи методу "витрати-випуск". Як фінансовий результат визначають такі показники як "доход-брутто" та "доход-нетто". Доход-брутто визначається як різниця усіх доходів та витрат з корегуванням на залишки запасів та розрахунків без амортизації. Доход-нетто є результатом від різниці доход-брутто та суми амортизації. Облік ведеться з використанням уніфікованих простих рахунків. Відповідно до Інструкції по впровадженню рахівництва основними регістрами обліку є: Інвентарна книга, Книга внутрігосподарського руху, Книга доходів і витрат.

Цікавою за побудовою є Книга обліку доходів та витрат. Вона складається з трьох частин: доходи, витрати і фінансовий результат діяльності. Для зручності використання кожна з частин різного кольору. Наприклад, витратна частина зеленого кольору, доходна — синього. Облік доходів здійснюється в розрізі господарських операцій за видами надходжень: готівкові розрахунки, безготівкові розрахунки, товарообмінні операції. Аналогічно відображають витрати у вартісному виразі. В кінці місяця визначають фінансовий результат: до сальдо на початок звітного періоду додають доходи за звітний період і мінусують витрати, здійснені за цей період.

Взагалі, у більшості країн Європи ведення обліку доходів і витрат має чітко виражений податковий характер і ведеться тільки для складання податкової звітності та здійснення розрахунку платежів до бюджету. У веденні такого обліку зацікавлений лише сам фермер.

У сучасній вітчизняній економічній теорії та практиці обліку витрат відсутні роботи щодо вдосконалення обліку витрат з урахуванням досвіду в конкретних галузях виробництва. Наступні питання також потребують додаткових досліджень: розробка та встановлення облікової політики для обліку витрат, облік та розподіл накладних витрат з урахуванням міжнародного досвіду. Вирішення цих проблем дасть змогу вийти на новий рівень побудови бухгалтерського обліку витрат, підвищити його аналітичність та ефективність у управлінні бізнесом компанії.

Лише національні особливості, традиції, що історично склалися в кожній країні, визначають різні підходи до формування обліку та його побудови. Наявність двох форматів звіту про прибутки та збитки зумовлена наявністю двох основних моделей бухгалтерського обліку, відомих як англосаксонська та континентальна (європейська). Обидві моделі базуються на загальновищезгаданих принципах бухгалтерського обліку, але мають суттєві відмінності, в основному, через відмінності в правовій системі, соціально-економічних факторах, історичних традиціях [5].

Якщо звернути увагу на англосаксонську систему бухгалтерського обліку більш детально, то більшість промислових компаній в англосаксонській групі використовували інтегровану систему бухгалтерського обліку, яка забезпечує інформацією зовнішніх та внутрішніх користувачів в єдиній системі бухгалтерського обліку. Це досягається шляхом "будування" рахунків, які кореспондують з рахункам фінансового обліку.

Наступну систему обліку розглянемо континентальну (європейську). Для континентальної моделі обліку

характерним є виділення двох автономних систем рахунків відповідно для цілей фінансового обліку та управлінського обліку.

У системі рахунків фінансового обліку здійснюється періодичних облік запасів, витрати групуються за елементами (матеріали, зарплата, амортизація тощо), а доходи — за видами діяльності (основна, фінансова, надзвичайна). Відображаються розрахунки з дебіторами і кредиторами, визначається загальний фінансовий результат.

У США немає єдиної чіткої системи класифікації витрат виробництва. На підприємствах їх класифікація залежить від інформації, яка потрібна менеджеру. Є чимало випадків, коли всередині однієї фірми застосовують різні види групувань затрат для обчислення собівартості продукції.

У американських фірмах застосовуються переважно два методи обліку виробничих витрат і калькуляції собівартості продукції: позамовний та попроцесний. Обидві ці системи обліку витрат в Україні, оскільки порядок з обліком витрат і обчислення собівартості одиниці з обліком витрат і обчисленням собівартості одиниці продукції вони включають також контрольну і аналітичну функції за статтями виробництва.

При обліку витрат за замовленням, об'єктами калькуляції є виробі, замовлення, партії або групи виробів, а при обліку витрат за процесами — виробничі операції та процеси. Незалежно від методу обліку для кожного калькуляційного об'єкта відкривається аналітичний облік і виробничі витрати пов'язуються безпосередньо з кожним замовленням.

Метод обліку витрат за процесами ґрунтується на консолідації виробничих витрат різних цехів і процесів або витрат, за допомогою яких продукт використовується протягом обмеженого часу.

У промисловості США виробничі витрати та калькуляції собівартості обчислюються і обчислюються безпосередньо, адже вони безпосередньо впливають на фінансові результати господарської діяльності кожної фірми.

У Франції є 6 рахунків облікових записів виробничих витрат. Таким чином забезпечується застосування двоколового принципу бухгалтерського обліку: у фінансовому обліку — 9 елементів, а в управлінському — 3—7 статей, але інтеграція елементів і статей відсутня. Для цього використовується метод "витрати — випуск", що надає можливість змінити залишок сировини, товарів, продуктів, незавершеного виробництва і відобразити їх на рахунку "Прибутки і збитки".

## ВИСНОВКИ

Бухгалтерський облік зарубіжних країн методологічно, методично і організаційно відрізняється від обліку вітчизняного. Основними регулюючими документами виступають МСБО. У країнах з розвинутою ринковою економікою вже декілька десятиліть існує ділення бухгалтерського обліку на фінансовий і управлінський, а бухгалтерських служб — на фінансову і управлінську.

### Література:

1. Балабанова Л.В., Балабаниць А.В. Маркетинговий аудит системи збуту: монографія. Донецьк: ДонГУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2003. 189 с.
2. Болт Г. Дж. Практическое руководство по управлению сбытом. М.: МТ-Пресс, 2001. 268 с.
3. Гудзенко Н.М. Роль обліку збуту для забезпечення контролю процесу реалізації. Науковий вісник НАУ. 2002. Вип. 56. С. 263—266.
4. Гудзенко Н.М., Коваль Н.І., Плахтій Т.Ф. Вплив інформаційних потреб користувачів на структуру та наповнення фінансової звітності. Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2018. № 5. С.102—113.

5. Карташова О.Г. Забезпечення фінансово-кредитної стійкості корпоративних аграрних підприємств. Глобальні та національні проблеми економіки, 2015. № 7. С. 354—355.

6. Котлер Ф., Армстронг Г., Вонг В., Сондерс Дж. Основы маркетинга [5-европейское изд.]. М.: И.Д. Вильямс, 2012. 752 с.

7. Ланкастер Д. Организация сбыта / Д. Ланкастер, Д.М. Джоббер; пер. с англ. Мн., 2003. 384 с.

8. Пальчук О.В., Савченко В.М., Тошина Н.М. Маркетинг і бухгалтерський облік маркетингової діяльності: Навчальний посібник. Кіровоград: Поліум, 2008. 228 с.

9. Сакун А.Ж. Облікова система як інформаційна база управління збутовою діяльністю. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка. 2020. (2), С. 248—252.

10. Сакун А.Ж., Пантюк І.П. Системний підхід до організації та управління виробничо-збутовою діяльністю підприємств промисловості. Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. 2017. № 2 (38). С. 55—59.

11. Терентьева Н.В. Управление збутовою діяльністю в системі управління підприємством. Эффективная экономика. 2016. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4783>

12. Хрупович С.Є. Теоретичні аспекти побудови системи управління збутовою діяльністю на промисловому підприємстві. Галицький економічний вісник. 2006. № 3. С. 34—38.

13. Шпилик С. Управление збутовою діяльністю підприємства. Галицький економічний вісник. 2012. № 4 (37). С. 88—95.

14. Энциклопедия бизнесмена, экономиста, менеджера / Под ред. Дякива Р. Киев: Международная экономическая фондация, 2000.

15. Hilorme T., Perevozova I., Sakun A., Reznik O., Khaustova Ye. (2020). Accounting model of human capital assessment within the information space of the enterprise. Academy of Accounting and Financial Studies Journal, Vol. 24, Issue 3, pp. 1—7. URL: <https://www.abacademies.org/journals/month-june-year-2020-vol-24-issue-3-journal-aafs-j-past-issue.html>

## References:

1. Balabanova, L.V. and Balabanyts', A.V. (2003), Marketing audit of the sales system: a monograph, DonHUET im. M. Tuhon-Baranovskoho, Donetsk, Ukraine.

2. Bolt, H. Dzh. (2001), Prakticheskoe rukovodstvo po upravleniyu sbytom [A practical guide to sales management], MT-Press, Moscow, Russia.

3. Hudzenko, N.M. (2002), "The role of sales accounting to control the sales process", Naukovyj visnyk NAU, vol. 56, pp. 263—266.

4. Hudzenko, N.M. Koval', N.I. and Plakhtij, T.F. (2018), "The influence of information needs of users on the structure and filling of financial statements", Ekonomika. Finansy. Menedzhment: aktual'ni pytannia nauky i praktyky, vol. 5, pp.102—113.

5. Kartashova, O. H. (2015), "Providing financial sustainability of corporate agricultural enterprises", Hlobal'ni ta natsional'ni problemy ekonomiky, vol. 7, pp. 354—355.

6. Kotler, F. Armstronh, H. Vonh, V. and Sonders, Dzh. (2012), Osnovy marketynha [Fundamentals of Marketing], Y.D. Vyl'iams, Moscow, Russia.

7. Lankaster, D. and Dzhobber, D.M. (2003), Orhanyzatsiya sbyta [Sales organization], Minsk, Belarus.

8. Pal'chuk, O.V. Savchenko, V.M. and Toshiyna, N.M. (2008), Marketynh i bukhhalters'kyj oblik marketynhovoї diial'nosti: Navchal'nyj posibnyk. [Marketing and Accounting Marketing: A Textbook], Polium, Kirovohrad, Ukraine.

9. Sakun, A.Zh. (2020), "Accounting system as an information base of sales management", Tavrijs'kyj naukovyj visnyk. Seriya: Ekonomika, vol. 2, pp. 248—252.

10. Sakun, A. Zh. and Pantjuk, I. P. (2017), "System approach to the organization and management of produc-

tion and sales activities of industrial enterprises", Visnyk Berdianskoho universytetu menedzhmentu i biznesu, vol. 2 (38), pp. 55—59.

11. Terent'ieva, N. V. (2016), "Sales control as a part of the enterprise management system", Efektyvna ekonomika, vol. 2, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4783> (Accessed 08 Feb 2021).

12. Khrupovych, S.Ye. (2006), "Theoretical aspects of building a sales management system at an industrial enterprise", Halyts'kyj ekonomichnyj visnyk, vol. 3, pp. 34—38.

13. Shpylyk, S. (2012), "Management of sales activities of enterprise", Halyts'kyj ekonomichnyj visnyk, vol. 4 (37), pp. 88—95.

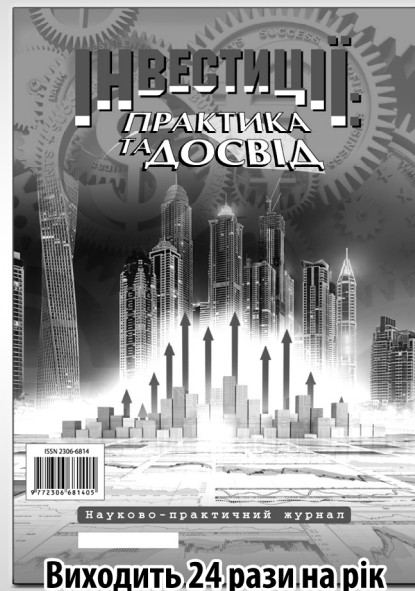
14. Diakyv, R. (2000), Entsyklopediya byznesmena, ekonomysta, menedzhera [Encyclopedia of businessman, economist, manager], Mezhdunarodnaia ekonomicheskaja fundatsiya, Kyiv, Ukraine.

15. Hilorme, T. Perevozova, I. Sakun, A. Reznik, O. and Khaustova, Ye. (2020), "Accounting model of human capital assessment within the information space of the enterprise", Academy of Accounting and Financial Studies Journal, vol. 24, no. 3, pp. 1—7, available at: <https://www.abacademies.org/journals/month-june-year-2020-vol-24-issue-3-journal-aafs-j-past-issue.html> (Accessed 08Feb 2021).

Стаття надійшла до редакції 08.02.2021 р.

# ІНВЕСТИЦІЇ. ПРАКТИКА ТА ДОСВІД

[www.investplan.com.ua](http://www.investplan.com.ua)



Передплатний індекс: 23892

Журнал включено до переліку наукових фахових видань України (Категорія «Б») з

**ЕКОНОМІЧНИХ НАУК та ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ**

(Наказ Міністерства освіти і науки України № 886 від 02.07.2020)

Спеціальності - 051, 071, 072, 073, 075, 076, 281, 292