

УДК 657

Чижевська Л. В.,

chizhev.edu.ua, ORCID 0000-0002-0361-3529,

д.е.н., проф., професор кафедри інформаційних систем в управлінні та обліку, Державний університет “Житомирська політехніка”, м. Житомир

ОРГАНІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ЗВІТУВАННЯ ЗА БІЗНЕС-ПРОЦЕСОМ “ПРОДАЖІ” В СИСТЕМІ КОНТРОЛІНГУ ВИРОБНИЧО-ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

***Анотація.** У статті розглядаються особливості системи контролінгу на виробничо-торговельному підприємстві, а також виділяються додаткові об’єкти управління бізнес-процесу “Продажі”. Наведено класифікацію основних показників управлінської звітності. Практикою функціонування виробничо-торговельних підприємств підтверджено доцільність формування бізнес-процесів за функціональним підходом. Визначено особливості формування лінійних та функціональних бізнес-процесів на виробничо-торговельному підприємстві. На систему контролінгу підприємства покладається, крім інших, функція координації співвиконавців бізнес-процесу, які повинні забезпечити досягнення і вирішення поставлених цілей і завдань. Запропоновано комплекс форм внутрішніх звітів з бізнес-процесу “Продажі”, а саме: план продажів за всіма каналами збуту, рух готової продукції на складі, доступність залишку готової продукції, продажі у мережі фірмових магазинів, продажі готової продукції за всіма каналами збуту, валовий прибуток від реалізації готової продукції, виконання плану продажів, відомість взаєморозрахунків з контрагентами, стан дебіторської заборгованості. За кожною формою звітності визначені інформаційний запит, користувачі, призначення, джерела інформації для формування звіту. Бізнес-процес “Продажі” потребує відповідного обліково-аналітичного забезпечення з метою прийняття управлінських рішень. Доведено, що формуванню такого облікового забезпечення повинна передувати процедура виявлення інформаційних запитів користувачів. Розробка форм управлінської звітності з визначеним переліком показників сприяє прийняттю найбільш ефективних рішень.*

Ключові слова: внутрішня звітність, управлінське звітування, контролінг, бізнес-процес, продажі.

Chizhevskaya L. V.,

chizhev.edu.ua, ORCID 0000-0002-0361-3529,

Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Information Systems in Management and Accounting, “Zhytomyr Polytechnic” State University, Zhytomyr

ORGANIZATION OF MANAGEMENT REPORTING FOR BUSINESS PROCESS “SALES” IN THE CONTROLLING SYSTEM OF THE PRODUCTION&TRADE ENTERPRISE

***Abstract.** The article considers the features of the controlling system at the production&trade enterprise, as well as highlights the additional objects of business process "Sales" management. The classification of the main indicators of management reporting is given. The practice of functioning of production&trade enterprises confirms the feasibility of forming business processes according to the functional approach. Peculiarities of formation of linear and functional business processes at the production&trade enterprise are determined. The controlling system of the enterprise is entrusted, among others, the function of coordinating the co-executors of the business process, which must ensure the achievement and solution of goals and objectives. A set of forms of internal reports on the business process "Sales" is proposed, namely: sales plan for all sales channels, movement of finished products in stock, availability of the balance of finished products, sales in the network of branded stores, actual sales of finished products through all sales channels, gross profit from the sales of finished products, the implementation of the sales plan, the list of settlements with counterparties, the state of receivables. For each form of reporting information request, users, purpose, sources of information for the report are identified. The business process "Sales" requires appropriate accounting and analytical support in order to make management decisions. It is proved that the formation of such accounting providing should be preceded by the procedure of identifying information requests of users. Development of forms of managerial reporting with a certain list of indicators contributes to the most effective decisions.*

Key words: internal reporting, managerial reporting, controlling, business process, sales.

JEL Classification: M41

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2021-63-05>

Постановка проблеми. Система контролінгу на виробничо-торговельному підприємстві є багатоеlementною, а тому потребує належного організаційно-методичного підходу. Для управління такою системою необхідно виділити в окрему категорію об'єкти управління. Впровадження бізнес-процесу "Продажі" вимагає виділення додаткових об'єктів управління: відповідних статей витрат; відповідних структурних одиниць; відповідних центрів відповідальності.

Побудова системи контролінгу на виробничо-торговельному підприємстві залежить від обраного плану операцій: 1) виробляти чи закуповувати в постійних обсягах протягом усього року; 2) скласти план операцій так, щоб відповідати прогнозу продаж; 3) застосовувати комбінацію двох зазначених стратегій.

При побудові системи контролінгу необхідно визначитися з типом виробничо-торговельної політики: виробництво – на склад, виробництво – на замовлення, завершення – на замовлення. У першому випадку важливо правильно встановити рівень запасів, тобто скільки запасів необхідно для забезпечення цільового рівня обслуговування клієнтів. У другому випадку треба встановити цільовий рівень зобов'язань по поставках. У третьому випадку важливо визначити, який цільовий рівень запасів. Важливим фактором побудови управлінської звітності на виробничо-торговельних підприємствах продовольчими продуктами є сезонність продажу продукції. Тому при цільових запасах готової продукції, за якою є сезонний продаж повинно передбачатися формування підвищеного запасу у несезонний період.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливості управлінської звітності та її порівняння з нефінансовою звітністю, звітом з управління розглядалися у працях [1-3]. Важливість включення до управлінської звітності показників екологічної діяльності висвітлено у працях [4, 5]. При розробці форм внутрішньої звітності нами враховані пропозиції авторів щодо відображення інформації за окремими об'єктами обліку [6, 7]. Методологічним інструментарієм для ідентифікації бізнес-процесів на виробничо-торговельному підприємстві, серед інших, слугувала праця В. А. Дерія та М. В. Гуменної-Дерій [8]. Роль та значення управлінської звітності в процесах уникнення випадків корпоративного шахрайства та негативних явищ економіки визначаються у працях [9-14]. Робота групи авторів на чолі з З-М. Задорожнім [15] дає можливість у подальшому використати описані ними принципи автоматизації обліку для впровадження

запропонованих форм управлінської звітності в електронній формі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Управління бізнес-процесом "Продажі" передбачає керування реалізацією функцій планування, контролю, прийняття рішень. Це потребує введення певного набору релевантних показників. Показник – величина, що відображає деяку характеристику (або набір характеристик) об'єкта. Іншими словами, показники містять стислу інформацію про діяльність організації, які характеризують стан об'єкта управління і фактори, що зумовили цей стан.

Такі показники є об'єктами управлінської звітності. Аналізуючи управлінську звітність, користувач насправді управляє іншими об'єктами з метою здійснення управлінського впливу на них (рис. 1).

Найчастіше управлінські звіти мають такі види даних: основні дані, фактичні дані, прогнозні дані. До основних даних відносяться цільові показники (планові) щодо обслуговування клієнтів, рівня запасів, собівартість, виробничі потужності. До фактичних даних відносяться фактичне виробництво, фактичні продажі, прийняті замовлення, кінцеві запаси готової продукції. Прогнозні дані – дані статистичного прогнозування для планування попиту.

Практикою функціонування виробничо-торговельних підприємств підтверджено доцільність формування бізнес-процесів за функціональним підходом. При цьому розглядаються такі види бізнес-процесів:

1) лінійний – сукупність операцій, які здійснюються або можуть бути виконані одним центром відповідальності без співвиконавців;

2) функціональний – комплекс заходів, що реалізуються спільно кількома центрами відповідальності, від взаємодії яких залежить кінцевий результат усього бізнес-процесу в цілому.

Побудова лінійних бізнес-процесів може проводитися шляхом призначення для їх виконання одного центру відповідальності, а функціональних – за допомогою закріплення окремих операцій за відповідальними підрозділами.

Особливістю виробничо-торговельного підприємства є диверсифікованість його діяльності, що означає значну чисельність функціональних бізнес-процесів. Відповідно, в такому випадку на систему контролінгу підприємства покладається, крім інших, функція координації співвиконавців бізнес-процесу, які повинні забезпечити досягнення і вирішення поставлених цілей і завдань.

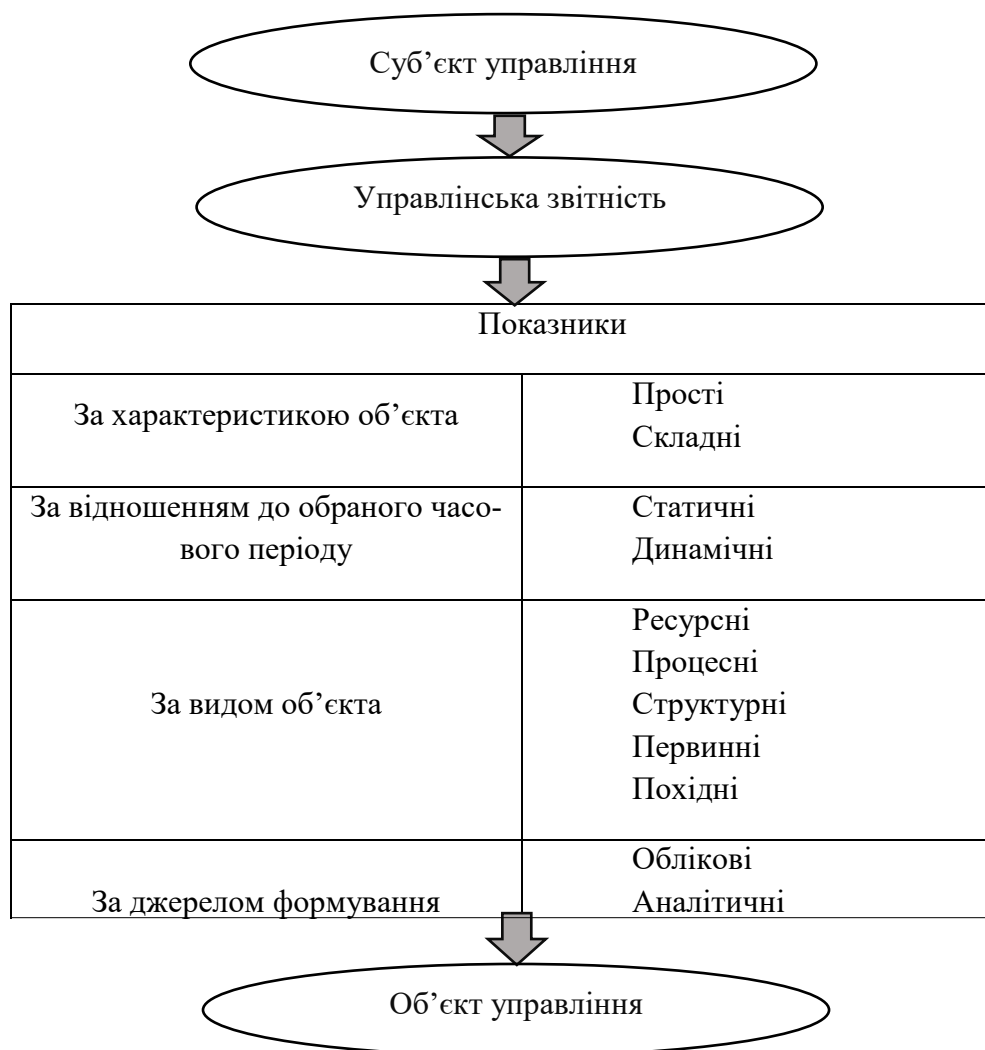


Рис. 1. Елементи управлінського звітування

Таблиця 1

Карта бізнес-процесу “Продажі”				
Центр відповідальності	Закріплені підпроцеси	Основні функції та операції підпроцесів	Основні результати виконання функцій і операцій підпроцесів	
			кількісні	якісні
Відділ маркетингу і продажів	Маркетинг	Дослідження і аналіз ринку	Доходи від клієнтів в розрізі цільових сегментів	Ступінь достовірності прогнозів
	Управління відносинами з клієнтами	Розробка цінової політики	Кількість нових клієнтів	Плинність клієнтів
		Залучення клієнтів	Загальна величина доходів в розрізі видів реалізованої продукції	
		Утримання клієнтів		

У системі контролінгу для кожного бізнес-процесу виділяються найбільш важливі оціночні показники управлінського обліку (якісні і кількісні) (табл. 1).

Управлінське звітування є шляхом для інформаційного забезпечення учасників бізнес-процесу. Нижче пропонуємо комплекс внутрішніх звітів з бізнес-процесу “Продажі”, які апробовані та впроваджені в діяльність виробничо-торговельного підприємства у кондитерській галузі.

Форма 1. План продажів за всіма каналами збуту.

Затит: кількість готової продукції, яку планується продати протягом періоду (оперативний облік). Розрізи інформації за шляхами продажу дають можливість дати відповіді на питання, кому продавати та через кого продавати.

Користувачі: відділи збуту, фінансова служба, виробнича служба, технічна служба, вище керівництво.

План продажів за всіма каналами збуту

Період: Квітень 2021 р.		
Номенклатура: Печиво зтяжне "Марія"		
Канали збуту	Кількість, базових од.	Вартість з ПДВ, грн
Відділ зовнішньоекономічної діяльності	1 600,00	45 760,00
Відділ по роботі з торговими мережами	15 000,00	450 000,00
Відділ роздрібною торгівлі	3 800,00	136 800,00
Дистриб'ютори	185 000,00	6 160 500,00
Інші клієнти	3 300,00	99 132,00
Разом	208 700,00	6 892 192,00

Призначення: оперативний план продажів для кожного каналу збуту окремо з періодом планування (місяць, квартал, рік) з використанням цін, встановлених для даного каналу збуту.

Джерело інформації для формування звіту: дані тактичних і стратегічних планів, бюджетів, графіків поставок згідно з господарськими договорами.

Такий звіт у системі контролінгу дозволяє планувати на середньо- і довгострокову перспективу для виявлення тенденції зміни попиту на ранніх стадіях і своєчасно вносити корективи. Канали збуту можна класифікувати багаторівнево, наприклад, додавши поділ на зовнішні торговельні мережі, власні торговельні мережі.

При розгляді такого звіту повинні обговорюватися наступні рішення: перегляд прогнозу продажів, можливості виробництва швидко збільшити запас готової продукції до необхідного рівня, дії, які можна вжити у короткостроковій перспективі для нейтралізації негативного ефекту.

Прогнозній інформації не властива точність. При використанні інформації управлінських звітів потрібно враховувати, що прогноз може бути необмеженим (те, що ми могли б продати, якщо у нас була б можливість виробляти або придбавати стільки, скільки нам потрібно) та обмеженим (те, що ми можемо продати, ґрунтуючись на реальних

можливостях виробництва). Вважаємо, що включення показника "необмежені прогнози" потрібні для мотивації відповідальних осіб на цьому бізнес-процесі.

Форма 2. Рух готової продукції на складі.

Запит: кількісні залишки та рух готової продукції за період.

Користувачі: відділи збуту, виробнича служба, фінансова служба, відділ внутрішнього аудиту, вище керівництво.

Джерело інформації для формування звіту: реєстр "Готова продукція на складах", проте недостатніми будуть синтетичні реєстри по рахунку 26 "Готова продукція".

Форма 3. Доступність залишку готової продукції.

Запит: доступні до відвантаження залишки готової продукції у кількісному виразі. Традиційно запит по залишках полягає у доступності цих залишків: чи зарезервовані, який термін придатності, яка рекомендована ціна.

Користувачі: відділи збуту, фінансова служба, відділ внутрішнього аудиту, вище керівництво.

Джерело інформації для формування звіту: реєстри залишків готової продукції, реєстраційні відомості зарезервованих замовлень.

Таблиця 3

Рух готової продукції на складі

Період: Квітень 2021 р.				
Номенклатура: Печиво зтяжне "Марія"				
Склад	Кількість (у базових од.)			
	Початковий залишок	Надходження	Видаток	Кінцевий залишок
Фірмовий магазин	11 963	73 917	66 027	19 853
Інтернет-магазин	-	9 450	9 450	-
Цех № 1	10 200	6 000	8 670	7 530
Склад готової продукції	-	36 666	28 775	7 891
Разом	22 163	126 033	112 922	35 274

Введення показника “Термін придатності” дасть змогу оцінити негативний вплив застарілих залишків на оборотність та ліквідності. Це, у свою чергу, створює можливості для прийняття рішень у ціновій політиці та необхідності проведення інвентаризації. Така форма звітності дасть змогу обґрунтовано відповісти на питання, чи вигідно нам зараз продати цей товар зі знижкою.

Форма 4. Продажі у мережі фірмових магазинів.

Запит: кількісні та вартісні (в рекомендованих цінах) залишки та рух готової продукції, переданої на комісію, за період.

Користувачі: відділи збуту, фінансова служба, відділ внутрішнього аудиту, вище керівництво.

Джерело інформації для формування звіту: накопичувальні відомості з руху товарів.

Форма 5. Продажі готової продукції.

Запит: фактична реалізація готової продукції у кількісному та вартісному (ціни продажу) вираженні.

Користувачі: відділи збуту, фінансова служба, відділ внутрішнього аудиту, вище керівництво.

Джерело інформації для формування звіту: фактична реалізація готової продукції в кількісному вираженні. Вартісний показник даного звіту формується на основі базових для кожного каналу збуту цін з урахуванням наданих відповідно до політики знижок. Ціну продажу можливо відображати як у валюті контракту, так і у національній валюті України. Для оперативного обліку використовуються кількісні показники звіту, для управлінського обліку – кількісні і вартісні показники звіту.

Таблиця 4

Доступність залишку готової продукції

Період: на кінець дня 28.04.2021					
Склад	Залишок	Зарезервовано	Вільний залишок	Термін придатності	Рекомендовані ціни
	В од. зберігання	В од. зберігання	В од. зберігання		
Фірмовий магазин	6 412	1 118	5 294	За запитом в електронній формі за кожною одиницею	
Склад готової продукції	5 242	2 340	2 902		
Разом	11 654	3 458	8 196		

Таблиця 5

Продажі у мережі фірмових магазинів

Період: Квітень 2021р.								
Відбори:								
Номенклатура: Печиво зтяжне “Марія”								
Склад	Кількість, базові одиниці				Вартість, грн			
	Початковий залишок	Находження	Видаток	Кінцевий залишок	Початковий залишок	Находження	Видаток	Кінцевий залишок
Фірмовий магазин №1	1 161	1 255	631	1 785	20 807	0	11 325	9 842

Таблиця 6

Продажі готової продукції

Період: Квітень 2021 р.							
Номенклатура: Печиво зтяжне “Марія”							
Контрагент	Кількість (у базових од.)	Сума продажу без знижок (грн)	Сума знижки (грн)	Сума продажу (грн)	Ціна без знижок	Ціна (з ПДВ)	% знижки
Інтернет-магазин	280	9 323,50	-	9 323,50	33,30	33,30	-
Магазин № 1	512 503	18 450,11	0,01	18 450,10	36,00	36,00	0,00
Магазин № 2	757 769	27 279,70	68,42	27 211,28	36,00	35,91	0,25
Склад готової продукції	189 465	6 150 235,64	1 044 042,49	5 106 193,15	32,46	26,95	16,98

Таблиця 7

Валовий прибуток від реалізації готової продукції

Період: Квітень 2021 р.					
Канали збуту	Кількість, од. зберігання	Вартість продажу (грн), з ПДВ	Собівартість (грн)	Валовий прибуток (грн)	Рентабельність, %
Дистриб'ютори	176 945,000	4 764 308,55	3 538 900,00	1 225 408,55	25,72
Разом	176 945,000	4 764 308,55	3 538 900,00	1 225 408,55	25,72

Таблиця 8

Виконання продажів

Період: 01-15 Квітень 2021 р.						
Номенклатура: Печиво затяжне "Марія"						
Підрозділ	Плани продажів 2020		Фактичні продажі 2020			
	Кількість, од. збер.	Вартість, з ПДВ	Кількість, од. збер.	Вартість, од. збер.	Відхилення, %	Вартість, з ПДВ
Відділ зовнішньо-економічної діяльності	300,00	4 950,00	300,00	4950,00	-	
Відділ по роботі з торговими мережами	9 300,00	275 931,00	2 745,000	-6 555,000	-70,48	81 083,46
Відділ роздрібною торгівлі	3 800,00	136 800,00	1 743,283	-2 056,717	-54,12	62 648,39
Дистриб'ютори	140 000,00	4 662 000,00	92 105,000	-47 895,000	-34,21	2 663 015,03
Інші клієнти	3 300,00	99 132,00	2 194,500	-1 105,500	-33,50	64 650,39
Підсумок	156 700,00	5 178 813,00	968 787,783	-57 912,217	-36,96	2 871 397,27

Маючи такі показники, суб'єкт контролінгу може порівняти ставку по кредиту й відсоткову ставку, закладену в знижці, враховуючи період оплати та тривалість заморожування коштів у запасах. Підприємство, щоб збільшити лояльність клієнтів, ухвалює рішення про надання відтермінування платежу покупцям. Покупець приймає пропозицію постачальника щодо відтермінування платежу без підвищення ціни. Проте необхідно оцінити, скільки коштує підприємству таке рішення та оцінити відхилення у системі знижок.

Форма 6. Валовий прибуток від реалізації готової продукції.

Запит: валовий прибуток від реалізації готової продукції в розрізі каналів збуту та клієнтів, рентабельність угоди.

Користувачі: комерційна служба, фінансова служба, відділ внутрішнього аудиту, вище керівництво.

Джерело інформації: фактична реалізація готової продукції в кількісному вираженні, собівартість реалізованої готової продукції. Для оперативного обліку використовуються кількісні показники звіту, для управлінського обліку – кількісні і вартісні показники звіту.

При цьому результат може бути досягнутий, але водночас не стійкий, тобто бути отриманим швидше випадково, ніж як наслідок цілеспрямованої діяльності.

Форма 7. Виконання плану продажів.

Запит: план-факт виконання плану продажів за період (оперативний облік).

Користувачі: комерційна служба, відділи збуту, фінансова служба, відділ внутрішнього аудиту, вище керівництво.

Джерело інформації: на основі даних плану продажів.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Бізнес-процес "Продажі" потребує відповідного обліково-аналітичного забезпечення з метою прийняття управлінських рішень. Формуванню такого облікового забезпечення повинна передувати процедура виявлення інформаційних запитів користувачів. Розробка форм управлінської звітності з визначеним переліком показників сприяє прийняттю найбільш ефективних рішень. Перспективою подальших досліджень є розробка звітності за взаєморозрахунками з контрагентами (виявлені запити: загальний стан розрахунків по реалізації готової продукції в розрізі каналів збуту та клієнтів, кому надавати

відтермінування, наскільки надійний цей клієнт) та стану дебіторської заборгованості (стан розрахунків по етапах оплат по реалізації готової продукції в розрізі каналів збуту та клієнтів).

ЛІТЕРАТУРА

1. Гоголь Т. Розкриття нефінансової інформації в звітності підприємств малого бізнесу / Гоголь Т., Колоток В. // Проблеми і перспективи економіки та управління. – 2020. – № 1 (21). – С. 174-182.

2. Озеран А. Звіт керівництва: сутність, структура та місце у фінансовій звітності суб'єкта господарювання / Озеран А. // Економіка та суспільство (електронне наукове фахове видання) (Index Copernicus). – Мукачеве : Мукачівський державний університет, 2018. – №18 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://economyandsociety.in.ua/index.php/journal-18>.

3. Сопко В. В. Організація обліково-аналітичного забезпечення управління діяльністю підприємства / Сопко В. В., Фоміна О. В., Прокопова О. М. // Вчені записки Університету “КРОК” / Вищий навчальний заклад “Університет економіки та права “КРОК”. – 1997. – Вип. 1. – Вип. 47. – К., 2017. – С. 116-121.

4. Indicators of ecological condition of natural resources in integrated reporting of the enterprise / Zamula I., Prodanchuk M., Kovalchuk T., Kolesnikova O., Myhalkiv A. // Науковий вісник Національного гірничого університету. – 2020. – № 6 (180). – С. 180-186.

5. Environmental disclosures in the management report: transparency, responsibility and communication / Syrotenko N., Pravdiuk N., Slobodyanik Y., Holovatska S., Skrypko T. // Independent Journal of Management & Production (Special Edition ISE, S & P). – 2021. – Vol. 12. № 3. – P. 187-204.

6. The influence of the classification of non-current assets as holding for sales on the liquidity of the company's balance sheet / Mariya M. Shygun, Nataliia A. Ostapiuk, Oksana V. Zayachkivska, Natalia V. Goylo // Entrepreneurship and Sustainability. – 2020. – Issues 8(1): 430-441.

7. Formation of Hybrid Costing System Accounting Model at the Enterprise / Drobyazko S., Pavlova H., Suhak T., Kulyk V., Khodjimukha-medova Sh. // Academy of Accounting and Financial Studies Journal. – 2019. – Vol. 23, Is. 6 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.abacademies.org/articles/formation-of-hybrid-costing-system-accounting-model-at-the-enterprise-8796.html>.

8. Дерій В. А. Управлінський облік і аналіз бізнес-процесів у підприємстві / Дерій В. А., Гуменна-Дерій М. В. // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу : міжнар. зб. наук. праць. – Вип. 2 (40). – Житомир : ЖДТУ, 2018. – С. 12-18.

9. Дубініна М. В. Форензік як метод розслідування внутрішньокорпоративних випадків шахрайства / М. В. Дубініна, С. В. Сирцева, Т. Ю. Янковська // Електронний журнал Інфраструктура ринку. – 2019. – Вип. 38. – С. 377-383.4.

10. Головач В. В. Кримінологічна характеристика шахрайства та її значення для аудиторської діяльності [Текст] / В. В. Головач, Т. А. Головач // Економіка. Фінанси. Право. – 2021. – № 3. – С. 5-10.

11. Виговська Н. Г. Формування системи стратегічного контролю як напрям забезпечення фінансової безпеки підприємства / Виговська Н. Г., Саух І. В. // Міжнародний збірник наукових праць. Економічні науки. – 2019. – Вип. 1 (42). – С. 79-83.

12. Антонюк О. Р. Ризико-орієнтований підхід у фінансовому контролі як елемент менеджменту публічних організацій / Антонюк О. Р. // Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. – 2020. – 3 (91). – С. 3-13.

13. Methodological approaches to the optimization in economy / Lagovska O., Kuksa I., Savitskyi A., Biriuk O. // Financial and credit activity: problems of theory and practice. – 2018. – № 2. – С. 295-304.

14. Economic security in investment projects management: convergence of accounting mechanisms / Ostapiuk N., Karmaza O, Kurylo M., Timchenko G. // Investment Management and Financial Innovations (open-access). – 2017. – 14(3), 353-360.

15. Innovation Management and Automated Accounting in the Chaotic Storage Logistics / Zadorozhnyi, Z.-M., Muravskiy, V., Pochynok, N., & Hrytshyn, A. // Marketing and Management of Innovations. – 2020. – 2, 313-323.

REFERENCES

1. Hohol T. and Kolotok V. (2020), Rozkryttia nefinansovoi informatsii v zvitnosti pidpriemstv maloho biznesu, *Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnia*, № 1 (21), s. 174-182.

2. Ozeran A. (2018), Zvit kerivnytstva: sutnist, struktura ta mistse u finansovii zvitnosti subiekta hospodariuvannia, *Ekonomika ta suspilstvo (elektronne naukove fakhove vydannia)* (Index Copernicus), Mukachivskiy derzhavnyi universytet, Mukacheve, №18, available at: <http://economyandsociety.in.ua/index.php/journal-18>.

3. Sopko, V. V. Fomina, O. V. and Prokopova, O. M. Orhanizatsiia oblikovo-analitychnoho zabezpechennia upravlinnia diialnistiu pidpriemstva, *Vcheni zapysky Universytetu “KROK”, Vyshchyi navchalnyi zaklad “Universytet ekonomiky ta prava “KROK”*, vyp. 1 (1997), vyp. 47 (2017), K., s. 116-121.

4. Zamula I., Prodanchuk M., Kovalchuk T., Kolesnikova O. and Muhalkiv A. (2020), Indicators of ecological condition of natural resources in integrated reporting of the enterprise, *Naukovyi visnyk Natsionalnoho hirnychoho universytetu*, № 6 (180), s. 180-186.

5. Syrotenko N., Pravdiuk N., Slobodyanik Y., Holovatska S. and Skrypko T. (2021), Environmental disclosures in the management report: transparency, responsibility and communication, *Independent Journal of Management & Production (Special Edition ISE, S & P)*, Vol. 12. № 3., p. 187-204.

6. Mariya M. Shygun, Nataliia A. Ostapiuk, Oksana V. Zayachkivska and Natalia V. Goylo. (2020),

The influence of the classification of non-current assets as holding for sales on the liquidity of the company's balance sheet, *Entrepreneurship and Sustainability*, Issues 8(1): 430-441.

7. Drobyazko S., Pavlova H., Suhak T., Kulyk V. and Khodjimukha-medova Sh. (2019), Formation of Hybrid Costing System Accounting Model at the Enterprise, *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, Vol. 23, Is. 6, available at: <https://www.abacademies.org/articles/formation-of-hybrid-costing-system-accounting-model-at-the-enterprise-8796.html>.

8. Derii, V. A. and Humenna-Derii, M. V. (2018), Upravlinskyi oblik i analiz biznes-protsesiv u pidpriemstvi, *Problemy teorii ta metodolohii bukhhalterskoho obliku, kontroliu i analizu* : mizhnar. zb. nauk. prats, vyp. 2 (40), ZhDTU, Zhytomyr, s. 12-18.

9. Dubinina, M. V. Syrtseva, S. V. and Yankovska, T. Iu. (2019), Forenzik yak metod rozsliduvannia vnutrishnokorporatyvnykh vypadkiv shakhraistva, *Elektronnyi zhurnal Infrastruktura rynku*, vyp. 38, s. 377-383.4.

10. Holovach, V. V. and Holovach, T. A. (2021), Kryminolohichna kharakterystyka shakhraistva ta yii znachennia dlia audytorskoï diïalnosti [Tekst], *Ekonomika. Finansy. Pravo.*, № 3, s. 5-10.

11. Vyhovska, N. H. and Saukh, I. V. (2019), Formuvannia systemy stratehichnoho kontroliu yak napriam zabezpechennia finansovoi bezpeky pidpriemstva, *Mizhnarodnyi zbirnyk naukovykh prats. Ekonomichni nauky.*, vyp. 1 (42), s. 79-83.

12. Antoniuk, O. R. (2020), Ryzko-oriientovanyi pidkhid u finansovomu kontroli yak element menedzhmentu publichnykh orhanizatsii, *Visnyk Natsionalnoho universytetu vodnoho hospodarstva ta pryrodokorystuvannia*, 3 (91), s. 3-13.

13. Lagovska O., Kuksa I., Savitskyi A. and Biriuk O. (2018), Methodological approaches to the optimization in economy, *Financial and credit activity: problems of theory and practice*, №2, c. 295-304.

14. Ostapiuk N., Karmaza O, Kurylo M. and Timchenko G. (2017), Economic security in investment projects management: convergence of accounting mechanisms, *Investment Management and Financial Innovations (open-access)*, 14(3), 353-360.

15. Zadorozhnyi, Z.-M., Muravskyi, V., Pochynok, N., & Hrytsyshyn, A. (2020), Innovation Management and Automated Accounting in the Chaotic Storage Logistics, *Marketing and Management of Innovations*, 2, 313-323.

Стаття надійшла до редакції 15 червня 2021 року