

## БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

УДК 657:336.

### УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ В АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

### MANAGING THE PROCESS OF REALIZATION OF PRODUCTION AGRICULTURAL ENTERPRISES

**Кравченко М.В.**

кандидат економічних наук,  
старший викладач кафедри обліку, аудиту та УФЕБ,  
Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет

**Моренко М.Є.**

студентка,  
Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет

*У статті розглянуто організаційно-методичні основи управління процесом реалізації продукції, яке передбачає здійснення низки заходів, що сприятимуть підвищенню ціни реалізації, а відповідно – і збільшенню розмірів доходів від реалізації. Це дає можливість встановити потребу в реалізації коштів, вкладених у процес постачання та перетворених на готову продукцію у процесі виробництва, які повертаються у склад оборотних активів аграрного підприємства.*

**Ключові слова:** аграрне підприємство, реалізація, контроль, продукція, управління, фактори.

*В статье рассмотрены организационно-методические основы управления процессом реализации продукции, которое предусматривает осуществление ряда мероприятий, способствующих повышению цены реализации, а соответственно – и увеличению размеров доходов от реализации. Это дает возможность установить потребность в реализации средств, вложенных в процесс поставки и преобразованных в готовую продукцию в процессе производства, которые возвращаются в состав оборотных активов аграрного предприятия.*

**Ключевые слова:** аграрное предприятие, реализация, контроль, продукция, управление, факторы.

*This article considers the organizational – methodical bases of management of process of sale of goods, which provides for the implementation of a number of activities that will enhance the sales price, and, consequently, increase the size of the revenues. This gives the opportunity to establish a need for implementation funds that have been invested in the delivery process and are converted into finished products in the production process, return to the composition of current assets of agricultural enterprises.*

**Keywords:** the agricultural enterprise, implementation, monitoring, production, management, factors.

**Постановка проблеми** у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Сучасне економічне середовище вимагає від сільськогосподарських підприємств активного використання ринкових методів господарювання, що вимагає нових підходів до системи управління процесом реалізації сільськогосподарської продукції. Формування такої системи повинно забезпечити адаптацію підприємств до змін зовнішнього середовища з метою підвищення ефективності господарської діяльності.

Ефективне управління процесом реалізації вимагає аналізу збутового потенціалу, рентабельності товарної продукції за каналами реалізації, оцінки рівня і динаміки наповнення ринку сільськогосподарської продукції, вивчення попиту, аналізу цінової політики конкурентів, дослідження загальноекономічних тенденцій. Тому для інформаційного забезпечення системи управління особливе значення має бухгалтерський облік і аудит процесу реалізації продукції, робіт та послуг.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій,** в яких започатковано розв'язання цієї проблеми

і на які спирається автор. У розробленні питань теорії та методики обліку й аудиту процесу реалізації продукції вагомий внесок зробили такі вітчизняні вчені-економісти, як В.І. Куценко, В.В. Лях, С.С. Носалюк, О.В. Маркус, І.О. Романюк, О.В. Митяй, А. Нестерук, Т.Г. Халевицька, Т. Знамеровська, Л.К. Сук, П.Л. Сук, К.О. Обиход, Н.В. Лагодієнко, Т.В. Штучка, О.О. Вальчук, Х.І. Городиська, Ж.В. Задюєнко, Т.В. Шелудченко, М.М. Цебрій, Н.В. Прохар, С.В. Присяжнюк, Ю.О. Паньковецька та інші.

Проте економічна криза, в якій опинились господарюючі суб'єкти, в тому числі і сільськогосподарські підприємства, вимагає подальших поглиблених досліджень щодо облікового відображення та аудиту процесу реалізації продукції, робіт і послуг для потреб управління з метою підвищення ефективності господарської діяльності.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Мета статті – наукове обґрунтування теоретичних аспектів та розроблення практичних рекомендацій з удосконалення обліку й аудиту в системі управління процесом реалізації продукції, робіт та послуг сільськогосподарських підприємств, що забезпечить їх ефективне функціонування в ринкових умовах господарювання.

**Виклад основного матеріалу дослідження** з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Процес реалізації є логічним завершенням процесу виробництва готової продукції в аграрних підприємствах. У процесі реалізації кошти, які було вкладено у процес постачання та перетворено на готову продукцію у процесі виробництва, повертаються у склад оборотних активів аграрного під-

приємства. Управління цим процесом передбачає здійснення низки заходів, які сприятимуть підвищенню ціни реалізації, а відповідно – і збільшенню розмірів доходів від реалізації.

Управлінські рішення неможливо прийняти без відповідного інформаційного забезпечення. Саме облік є тим джерелом, яке забезпечує отримання оперативної, своєчасної та об'єктивної інформації про реалізацію готової продукції.

Сучасні ринкові відносини висувають нові завдання щодо вирішення проблем обліку витрат і доходів, пов'язаних із продажем продукції [1].

Згідно з ПСБО 15 «Дохід» процес реалізації готової продукції в аграрному підприємстві має враховувати умови визнання доходу від реалізації: покупцеві передані ризики і вигоди, пов'язані із правом власності на продукцію; підприємство надалі не здійснює контроль та управління за реалізованою продукцією; сума доходу може бути достовірно визначена; є впевненість, що в результаті операції відбудеться збільшення економічних вигод, а витрати можуть бути достовірно визначені [2].

Процес реалізації завжди передбачає, з одного боку, передачу відповідної продукції від виробника покупцеві, а з другого – проведення розрахунків згідно з договірною ціною цієї продукції. Отже, кожний вид продукції, що реалізується, матиме дві оцінки: одну для самого виробника – виробничу собівартість, іншу – для покупця (ціну реалізації).

Проблема у загальному вигляді полягає в тому, що наявні недоліки інформаційного забезпечення негативно впливають на систему управління процесом реалізації продукції сіль-

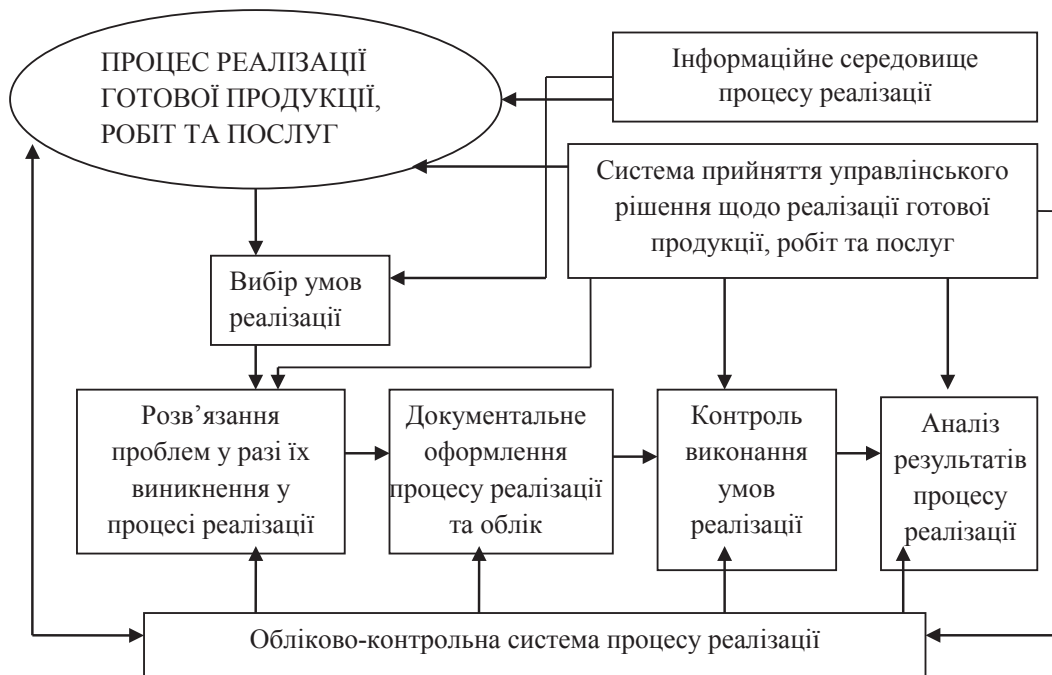


Рис. 1. Система управління процесом реалізації готової продукції, робіт та послуг на підприємстві

ськогосподарського підприємства. Мова йде, насамперед, про недостатність або надлишок інформації, необхідної для якісного поточного і стратегічного управління процесом реалізації продукції, що зумовлено недосконалістю та наявністю проблем у системі збору, накопичення, переробки, аналізу та контролю економічної інформації, а також під час передачі та обміну інформаційних потоків на всіх рівнях управління. Ці проблеми набувають особливого значення у сучасних умовах невизначеності, коли ми спостерігаємо постійне збільшення рівня ризикованості функціонування сільськогосподарських підприємств в Україні [3].

Для того щоб система управління мала можливість своєчасно та ефективно реагувати на чинники зовнішнього і внутрішнього середовища, необхідним є чітке визначення складу управлінських функцій, їхньої дії та взаємозв'язку, що сприятиме підвищенню ефективності та розвитку самої системи управління. За допомогою своїх функцій вона діє на будь-який об'єкт управління, а їх сукупність становить замкнений цикл управління економікою АПК. Отже, управління таким складним об'єктом, як сільськогосподарське підприємство, передбачає сполучення різних видів діяльності (функцій), кожний з яких спрямований на вирішення специфічних, різноманітних та складних проблем взаємозв'язку між окремими підрозділами підприємства. Через це уся управлінська діяльність реалізується у функціях, які відображають її конкретний зміст.

На рис. 1 розглянуто систему управління процесом реалізації готової продукції, робіт та послуг з урахуванням різних чинників, які сут-

тєво впливають на політику підприємства та від яких залежить загальний успіх його господарської діяльності.

Оскільки, конкурентна боротьба постійно загострюється як на внутрішніх, так і на зовнішніх ринках, значної уваги заслуговують усі аспекти управління процесом реалізації на підприємстві, оскільки від цього залежатиме його фінансова стійкість. Діагностика ефективності процесу реалізації передбачає аналіз чинників, що впливають на фінансовий результат від реалізації. На рисунку 2 наведено взаємозв'язок чинників, що формують фінансовий результат від реалізації.

Функціонування підприємств у нестабільних умовах ринкової економіки вимагає своєчасної адаптації процесу реалізації продукції, робіт та послуг до змін зовнішнього середовища. Проте цей процес зіштовхується з низкою проблем, зокрема з проблемою інформаційного забезпечення, що виникає у підприємств у зв'язку з низькою оперативністю отримання даних, а іноді навіть неможливістю ознайомлення з необхідною інформацією про стан зовнішнього середовища [4].

Інформаційні системи сучасних підприємств характеризуються спрямованістю на внутрішнє середовище (показники фінансово-господарської діяльності, технологія та окремі аспекти організації діяльності підприємства). Інформація про стан та динаміку зовнішнього середовища зазвичай є неповною, несвоєчасною і, як наслідок, неактуальною.

Управління процесом реалізації вимагає створення надійної системи інформаційного забезпечення, у зв'язку з чим необхідно:

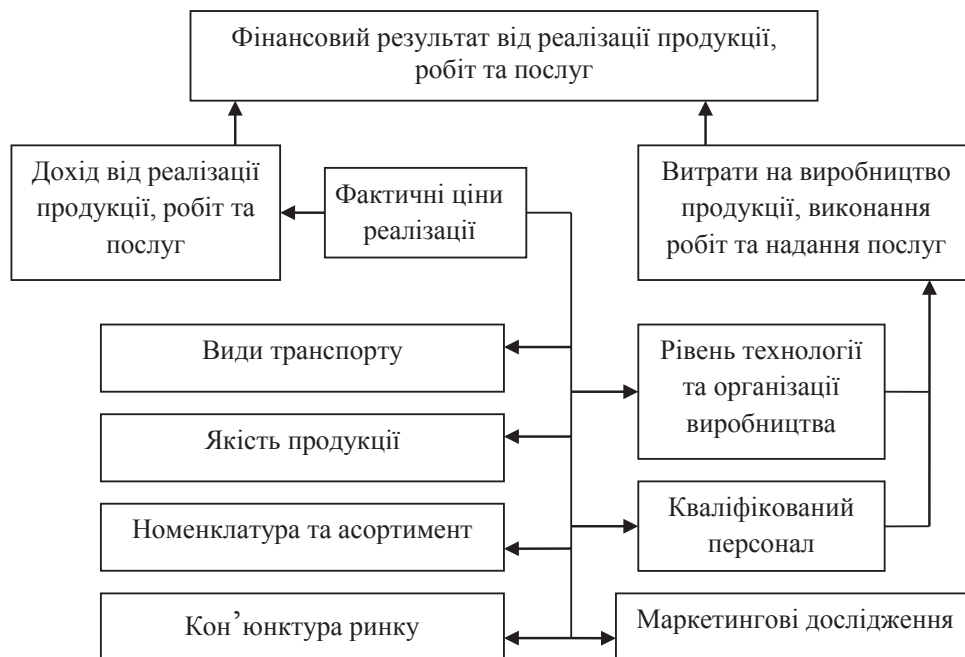


Рис. 2. Взаємозв'язок чинників, що впливають на фінансовий результат від реалізації продукції, робіт та послуг

**Елементи та інструменти функціональної і забезпечувальної підсистем  
у складі системи управління процесом реалізації**

Елементи	Інструменти
Функціональна підсистема	
Внутрішньофірмові та посередницькі системи розподілу	Організація і здійснення операцій з розподілу і реалізації; форми і методи процесу реалізації; управління каналами розподілу
Економічне оцінювання збутової діяльності	Планування збутової діяльності, оцінювання збутових витрат; формування бюджету на маркетинг; формування цінової політики з урахуванням знижок у розподілі й реалізації; контролювання результатів збутової діяльності
Забезпечувальна підсистема	
Інформаційне забезпечення процесу реалізації	Організація інформаційного забезпечення про стан ринку; маркетингове дослідження; аналіз конкурентів і конкурентоспроможності.
Аналітичне забезпечення процесу реалізації	Оцінювання кон'юнктури ринку; визначення реальної та потенційної місткості ринку; аналіз попиту; аналіз пропозиції; прогноз обсягів реалізації; формування стратегії розвитку збутової діяльності

– визначити обсяг та структуру необхідної інформації;

– вибрати методи та джерела збору інформації;

– розробити ефективну систему опрацювання, передавання та збереження інформації.

Кожний із функціональних елементів системи управління процесом реалізації виконує функції планування, організації, мотивування і контролювання через відповідну сукупність інструментів. Їх систематизація дає змогу представити функціональну і забезпечувальну підсистему (табл. 1).

Таким чином, для аграрних підприємств вагоме значення має система управління процесом реалізації, оскільки на цей процес впли-

ває багато чинників. Побудова ефективної системи управління має враховувати вплив кожного з них, їх взаємодію, а також, можливо, синергетичні зв'язки, що зумовлюють прояву синергетичного ефекту [5].

**Висновки** з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у цьому напрямі. Вищезазначене вимагає відповідної кваліфікації керівного персоналу. Але високий рівень професіоналізму працівників не дасть бажаного результату без якісного інформаційного забезпечення. Головним джерелом даних є система фінансового обліку на підприємстві, яка регламентується відповідними нормативними актами, аналіз яких становить подальше завдання дослідження.

**БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:**

1. Маркус О.В. Особливості організації обліку процесу реалізації готової продукції за національними стандартами / О.В. Маркус, І.О. Романюк // Науковий вісник [Буковинського державного фінансово-економічного університету]. Економічні науки. – 2014. – Вип. 26. – С. 350-357. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvbdfa\\_2014\\_26\\_45](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvbdfa_2014_26_45)
2. Селіщев С.В. Внутрішній аудит готової продукції / С.В. Селіщев // Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту: зб. наук, праць. – 2016. – № 1-2. – С. 38-42.
3. Сук П.Л. Виробнича і податкова собівартість реалізованої продукції, товарів, робіт, послуг / П.Л. Сук // Економіка АПК. – 2011 – № 11. – С. 56-60.
4. Шелудченко Т.В. Сучасні аспекти обліку процесу реалізації товарної продукції / Т.В. Шелудченко // Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=71218>
5. Шпилик С. Управління збутовою діяльністю підприємства / С. Шпилик // Галицький економічний вісник. – 2012. – № 4(37). – С. 88-95.