

Інформаційно-аналітичне забезпечення обліку збутової діяльності дистриб'юторських підприємств

Дистриб'юторські підприємства мають специфічну структуру і функції, що вимагають належної організації обліку товарних потоків, складування, транспортування та продажу товарів кінцевим споживачам. Водночас важливу роль відіграють методи обліку та контролю за продажами, які дозволяють забезпечити точність даних, мінімізувати фінансові ризики та підвищити рівень задоволеності споживачів. У статті проаналізовано особливості діяльності дистриб'юторських підприємств.

Статтю присвячено дослідженню теоретико-методичних засад та розробці практичних рекомендацій щодо удосконалення інформаційно-аналітичного забезпечення обліку збутової діяльності дистриб'юторських підприємств. В умовах постійно зростаючої конкуренції на ринку товарів і послуг важливим фактором успішного функціонування дистриб'юторських підприємств є ефективний облік та аналіз збутової діяльності. Для досягнення цієї мети необхідно забезпечити своєчасне і точне збирання, обробку та аналіз даних, що стосуються продажу товарів. Це дозволить приймати обґрунтовані управлінські рішення, підвищувати ефективність діяльності підприємств і оптимізувати бізнес-процеси.

Охарактеризовано основні етапи процесу збуту та на їх основі запропоновано перелік етапів здійснення збутової діяльності дистриб'юторських підприємств. Автором запропоновано схему інформаційно-аналітичного забезпечення управління збутовою діяльністю дистриб'юторських підприємств, центральним об'єктом якої є інформація. Також визначено, що якісне інформаційно-аналітичне забезпечення обліку збутової діяльності дистриб'юторських підприємств неможливе без належним чином організованого процесу документування. З метою удосконалення документування виокремлено перелік форм первинних документів для обліку збутової діяльності дистриб'юторських підприємств. Проте визначені у статті прогалини в існуючій системі документального відображення операцій щодо збуту товарів у бухгалтерському обліку дистриб'юторських підприємств зумовили необхідність розробки Звіту про відвантаження та продаж товарів для дистриб'юторських підприємств, який об'єднує інформацію з первинних документів.

Ключові слова: дистриб'юторські підприємства; збутова діяльність; збут; облік; інформація; інформаційно-аналітичне забезпечення.

Актуальність теми. У сучасних умовах високої конкуренції та швидких змін у ринковому середовищі ефективне управління збутовою діяльністю дистриб'юторських підприємств потребує якісного обліково-інформаційного забезпечення. Збутова діяльність завжди займала чільне місце у забезпеченні ефективності діяльності підприємств, особливо, коли йдеться про дистриб'юторські компанії. Так у 2022 році вартість світової торгівлі товарами, експортованими по всьому світу, становила приблизно 24,9 трлн дол. США в поточних цінах. Для порівняння у 2000 році ця цифра становила близько 6,45 трлн дол. США. Зростання вартості товарів, що експортуються по всьому світу, відображає розвиток міжнародної торгівлі, глобалізацію та технологічний прогрес [11]. Щодо торгівлі в Україні у 2023 році, за даними Державної служби статистики України, обсяги реалізованої продукції сягнули 13 575 млрд грн. Це один із найвищих показників за період 2014–2023 років, вище значення спостерігалось у довоєнному 2021 році – 14 990 млрд грн [12]. Наведені дані свідчать про важливість впровадження цифрових технологій, автоматизації облікових процесів та інтеграції інформаційних систем, що стане ключовим фактором підвищення ефективності збуту.

Водночас існують проблеми, пов'язані з недостатньою адаптацією традиційних облікових систем до сучасних умов господарювання, відсутністю єдиних стандартів обліково-аналітичного забезпечення, а також недостатнім рівнем аналітичної обробки даних для прийняття управлінських рішень. Крім того, вагоме значення має питання забезпечення достовірності, своєчасності та доступності облікової інформації, що є критично важливим для оптимізації процесів збуту та підвищення конкурентоспроможності дистриб'юторських підприємств.

Отже, дослідження проблеми удосконалення обліково-аналітичного забезпечення управління збутовою діяльністю дистриб'юторських підприємств набуває особливої актуальності та потребує ґрунтовного аналізу і розробки ефективних підходів для її вирішення.

Аналіз останніх досліджень та публікацій, на які спирається автор. Теоретико-методологічні та практичні аспекти бухгалтерського обліку збутової діяльності, зокрема інформаційно-аналітичне забезпечення управління збутовою діяльністю, розглядають такі науковці, як: Б.В. Бешлей [1, 9], А.Ж. Сакун [2, 5], О.Г. Карташова [2], Н.С. Сікач [3], В.М. Жук [4], Н.М. Гудзенко [8], Н.І. Коваль [8], Т.Ф. Плахтій [8], Т.О. Мулик [9], Р.В. Бойко [10], Т.І. Винницький [10].

Зокрема, А.Ж. Сакун та О.Г. Карташова розглядають основні аспекти управління збутовою діяльністю та у висновку зазначають, що у більшості країн Європи ведення обліку доходів і витрат має чітко виражений податковий характер і здійснюється тільки для складання податкової звітності та проведення розрахунку платежів до бюджету [2].

У іншій праці автор А.Ж. Сакун концентрує увагу на значенні облікового забезпечення в системі управління збутовою діяльністю підприємств. Також запропоновано підходи до його оцінки, адже науковець переконаний, що чим краща якість бухгалтерської інформації, тим більша ймовірність успіху в бізнесі [5].

Сікач Н.С. здійснює оцінку ролі, місця та вимог до трьох основних складових обліково-аналітичного забезпечення: обліку, аналізу та аудиту для отримання своєчасної та достовірної інформації [3].

Гудзенко Н.М., Коваль Н.І., Плахтій Т.Ф. наголошують на необхідності забезпечення достатнього обсягу інформації у фінансовій звітності належної якості для усіх зацікавлених груп користувачів [8].

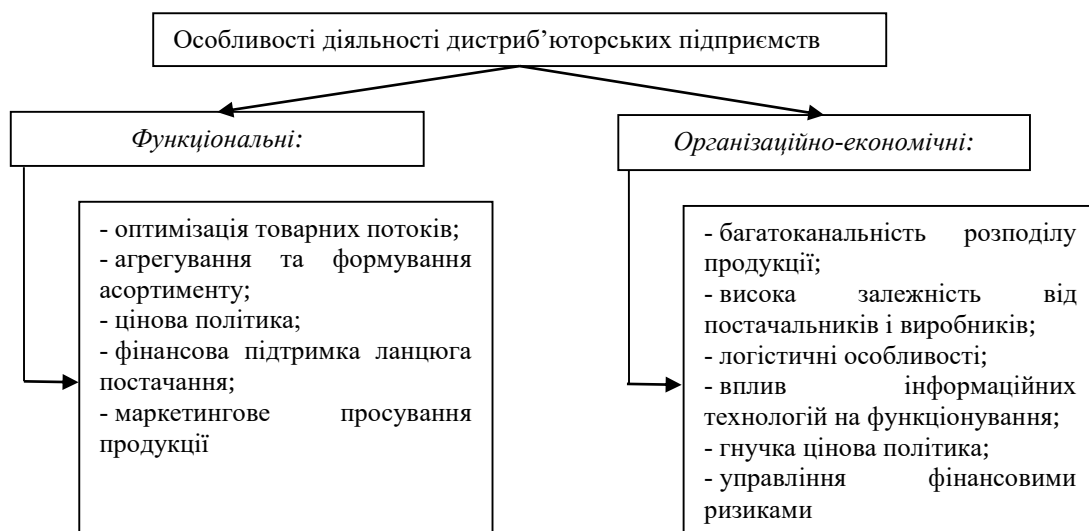
Бойко Р.В. і Винницький Т.І. досліджують концептуальні основи управлінського обліку бізнес-процесів у дистрибуційних компаніях та констатують, що його метою є мінімізація витрат при виконанні транспортних послуг та отримання максимально можливого рівня рентабельності чи норми прибутку на основі планування стану об'єктів обліку, відстеження відхилень від встановлених норм і змін норм витрачання ресурсів [10].

Проте недостатньо обґрунтованими є методичні засади інформаційно-аналітичного забезпечення управління збутовою діяльністю дистрибуторських підприємств.

Метою статті є дослідження та обґрунтування теоретико-методологічних підходів до обліково-аналітичного забезпечення управління збутовою діяльністю дистрибуторських підприємств, а також визначення напрямів його вдосконалення.

Викладення основного матеріалу. У попередніх дослідженнях автор наводить власне трактування поняття «збутова діяльність дистрибуторських підприємств», яке пропонується розуміти як сукупність процесів і заходів, спрямованих на організацію постачання товарів від виробників до кінцевих споживачів або роздрібних продавців через різні канали збуту, яка охоплює планування, управління товарними запасами, вибір і координацію каналів збуту, логістику, маркетингові стратегії та післяпродажне обслуговування [1, с. 268]. З огляду на запропоноване визначення, управління збутовою діяльністю має передбачати індивідуальний підбір стратегії та механізму для кожного конкретного суб'єкту господарювання з урахуванням умов галузі, до якої підприємство належить.

Функціонування дистрибуторських підприємств має низку особливостей, зумовлених специфікою ринку, логістичними процесами та сучасними тенденціями розвитку дистрибуції, які умовно можна поділити на дві групи: функціональні та організаційно-економічні (рис. 1).



Джерело: розроблено автором

Рис. 1. Особливості функціонування дистрибуторських підприємств

Дистрибуторські підприємства функціонують як посередники між виробниками та споживачами, і їхній успіх залежить від ефективної організації збутових процесів. Основна мета діяльності дистрибуторських підприємств полягає в організації ефективного збуту продукції та задоволенні потреб

ринку. Сакун А. та Карташова О. [2, с. 114] переконані, що процес збуту складається з таких етапів, як пошук потенційних покупців та ініціювання інтересу (табл. 1).

Таблиця 1

Характеристика основних етапів процесу збуту

№ з/п	Етап	Характеристика	Результат
1	Пошук потенційних покупців	Вивчення ринку, освоєння різних джерел інформації, підтримання особистих контактів	Формування бази потенційних покупців
2	Ініціювання інтересу	Вибір оптимального способу підходу до клієнта, встановлення контакту з потенційним покупцем, ознайомлення клієнта з пропонованим товаром	Клієнт зацікавлений в детальному ознайомленні з товаром
3	Презентація продукту	Детальне ознайомлення з асортиментом пропонованої продукції, демонстрація конкурентних переваг товару	Потенційний покупець визначився, що саме він хотів би придбати
4	Узгодження умов	Узгодження обсягів поставки, ціни, термінів і способів доставки, рішення розбіжностей, уточнення фінансових і юридичних питань	Узгоджені всі умови продажу
5	Укладення угоди	Оплата рахунку і відправка продукції	Потенційний клієнт став реальним покупцем

Джерело: [2, с. 114]

Вважаємо, що наведені етапи недостатньо розкривають специфіку діяльності дистриб'юторських підприємств, адже не містять завдань, які спрямовувалися б не тільки на задоволення потреб споживачів, але й побудову довгострокових відносин з ними. З огляду на це, у таблиці 2 представимо авторський підхід до переліку основних етапів процесу збуту дистриб'юторських підприємств.

Таблиця 2

Основні етапи здійснення збутової діяльності дистриб'юторських підприємств

№ з/п	Етап	Характеристика
1	Забезпечення ефективного розподілу товарів	Оптимізація логістичних процесів для скорочення термінів постачання, підтримка безперебійного товарообігу між виробником та покупцем
2	Збільшення продажів та прибутковості	Розширення ринків збуту та залучення нових клієнтів, використання ефективних методів ціноутворення, оптимізація витрат на дистрибуцію для підвищення маржинальності
3	Забезпечення якісного обслуговування клієнтів	Формування асортименту відповідно до попиту, надання післяпродажного сервісу, консультацій та гарантійної підтримки
4	Створення стабільних партнерських відносин	Взаємовигідна співпраця з виробниками та постачальниками, побудова довгострокових відносин із клієнтами
5	Оптимізація логістики та управління запасами	Мінімізація витрат на зберігання та транспортування товарів, використання сучасних складських технологій та систем управління запасами
6	Використання маркетингових стратегій для просування продукції	Проведення рекламних кампаній та акцій, використання CRM-систем для роботи з клієнтами, впровадження digital-маркетингу для розширення аудиторії
7	Підвищення конкурентоспроможності на ринку	Аналіз ринкових тенденцій та адаптація до змін, використання сучасних технологій автоматизації збуту та логістики, диверсифікація асортименту та розширення каналів дистрибуції
8	Утримання клієнтів та розвиток лояльності	Програми лояльності, персоналізований підхід, автоматизація взаємодії з клієнтами
9	Моніторинг задоволеності клієнтів та зворотний зв'язок	Опитування та аналітика, оперативне реагування на проблеми, розвиток сервісної підтримки
10	Постійне вдосконалення асортименту та сервісу	Аналіз споживчих трендів, оптимізація логістичних рішень
11	Підтримка довгострокових відносин з клієнтами	Партнерські програми, регулярна комунікація, спільний розвиток бізнесу

Джерело: власна розробка автора

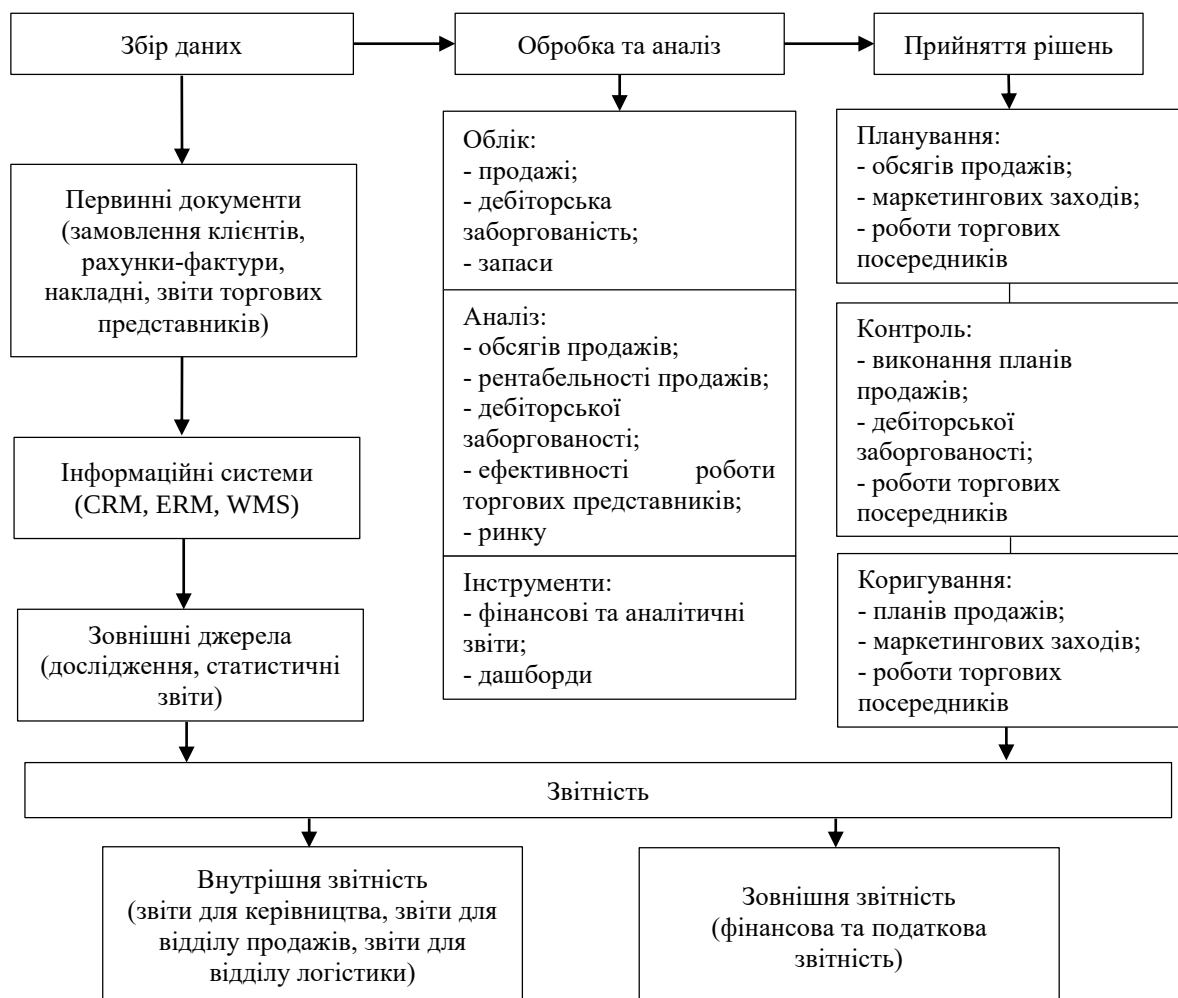
Таке доповнення до процесу збуту дозволяє не тільки підвищувати ефективність та обсяги продажів, а й формувати стабільну клієнтську базу, забезпечувати лояльність та довгострокову співпрацю. Ефективне управління збутовою діяльністю дистриб'юторських підприємств неможливе без якісного інформаційно-аналітичного забезпечення, яке гарантує точний контроль за товарними потоками, аналіз рентабельності збуту, оптимізацію логістичних процесів та взаємодію з клієнтами для удосконалення облікової системи.

Сікач Н.С. зазначає, що «...основою обліково-аналітичного забезпечення є інформація, яка формується за допомогою методів бухгалтерського обліку і використовується для оцінювання та аналізу економічних явищ і процесів. Кількість і якість облікової та аналітичної інформації визначає рівень ефективності та результативності управлінської діяльності, що має визначальне значення для зниження ризиків підприємницької діяльності в сучасних умовах господарювання» [3, с. 156].

Враховуючи економічну сутність збуту та його значення в умовах трансформаційної економіки, інформаційна система повинна забезпечувати можливість аналізу та оцінки ринків збуту, впливу зовнішніх факторів, характеристики товарів, становище конкурентів. Щодо цього В.М. Жук зауважує, що «...інформаційну базу збутової діяльності повинні формувати наступні блоки інформації: стан і динаміка ринку, дані про конкурентів, дані про товар, інформація про навколишнє середовище» [4, с. 165].

Сагун А.Ж. зазначає, що «для раціональної побудови системи обліку необхідно визначити мету обліку збутової діяльності, яка залежить від функціональної ролі збуту в господарському процесі. Метою ведення обліку збутової діяльності є інформаційне забезпечення управління доходами і витратами збутової діяльності; формування фінансових результатів, оцінка доцільності та ефективності передбачених збутовою політикою заходів, можливість планування оптимального розміру витрат на їх проведення, контроль збутових операцій. Мета обліку визначає структуру облікової моделі, яка насамперед повинна забезпечити накопичення інформації для оцінки та аналізу ефективності збутових операцій» [5, с. 249].

Схему інформаційно-аналітичного забезпечення управління збутовою діяльністю дистриб'юторських підприємств зображено на рисунку 2.



Джерело: власна розробка автора

Рис. 2. Схема інформаційно-аналітичного забезпечення управління збутовою діяльністю дистриб'юторських підприємств

Центральним об'єктом облікової системи є інформація, тобто систематизовані дані, отримані в результаті опрацювання відомості, що містять новизну для того, кому вони призначені і розкривають суть здійснених операцій. На різних стадіях облікового процесу отримана первинна і вторинна інформація є підставою для формування облікової системи підприємства. Первинна інформація відображається в первинних документах, виникає безпосередньо під час виробничо-господарської діяльності, тому її вважають вихідною. Ця інформація відображає всі сторони діяльності, обслуговує існуючі на підприємстві види обліку, виступає регулятором виробничо-збутових процесів, засобом оперативного контролю господарської діяльності. Інформація, отримана в результаті обробки та аналізу первинних даних, вважається вторинною. Її розглядають як реєстри зведеного обліку та фінансову звітність [6, с. 389]. Документування є першим етапом бухгалтерського обліку, до складу якого входить реєстрація та фіксація інформації про факти, операції, процеси. За принципом повного висвітлення всі без винятку первинні операції, які підлягають обліку, слід оформляти первинними бухгалтерськими документами [7]. Для дистриб'юторських підприємств, які займаються збутом товарів, важливо правильно оформлювати первинні документи, щоб забезпечити точність обліку та контроль за збутовою діяльністю. У дистриб'юторських підприємствах для обліку збутової діяльності використовуються різні первинні документи, що забезпечують правильність і прозорість обліку товарообігу та фінансових операцій (табл. 3).

Таблиця 3

Перелік форм первинних документів для обліку збутової діяльності дистриб'юторських підприємств

Назва групи документів за операціями	Назва первинного документа	Характеристика
1. Документи, що підтверджують факт продажу	Рахунок-фактура	Є основним інструментом, що підтверджує факт продажу товару або послуги. Документ містить інформацію про продавця, покупця, найменування товару, кількість, ціну, суму та інші необхідні реквізити
	Видаткова накладна	Документ, який засвідчує факт передачі товарів покупцеві. Містить інформацію про найменування товару, кількість, одиницю виміру, а також підписи сторін
	Товарно-транспортна накладна (ТТН)	Документ, що використовується при перевезенні товарів автомобільним транспортом. Містить інформацію про вантаж, вантажовідправника, вантажоодержувача, транспортний засіб та інші необхідні дані
	Акт виконаних робіт (наданих послуг)	Документ, що підтверджує факт виконання робіт або надання послуг. Містить інформацію про виконавця, замовника, перелік виконаних робіт (наданих послуг), їх вартість та інші необхідні реквізити
	Касовий / фіскальний чек	Документ, що підтверджує оплату товару або послуги готівкою або через платіжний термінал. Видається під час використання реєстраторів розрахункових операцій (РРО)
2. Документи, що відображають рух товарів	Прибуткова накладна	Документ, що підтверджує надходження товарів на склад. Використовується під час закупівлі товарів або їх переміщення між складами
	Інвентаризаційний опис	Документ, що складається під час проведення інвентаризації товарів на складі. Містить інформацію про фактичну наявність товарів, їх кількість та якість
	Акт списання товарів	Документ, що підтверджує списання товарів з обліку у зв'язку з їх псуванням, втратою або іншими причинами
3. Документи, що відображають розрахунки з покупцями	Платіжні інструкції	Документ, що підтверджує розпорядження ініціатора надавачу платіжних послуг щодо виконання платіжної операції
	Виписка з банківського рахунку	Документ, що відображає рух грошових коштів на банківському рахунку
	Акт звірки розрахунків	Документ, що складається для звірки взаємних розрахунків між продавцем і покупцем
4. Інші документи	Договір купівлі-продажу	Документ, що регулює відносини між продавцем і покупцем
	Замовлення покупця	Документ, що відображає замовлення покупця на придбання товару або послуги
	Довіреність	Документ, що надає право представнику покупця на отримання товару

Джерело: узагальнено та систематизовано автором на основі опрацьованих джерел

Незважаючи на різноманітність форм первинних документів для обліку збутової діяльності дистриб'юторських підприємств, наведений перелік не є вичерпним і може бути доповнений іншими документами, залежно від специфіки діяльності дистриб'юторських підприємств.

Існуюча система документального відображення операцій щодо збуту товарів у бухгалтерському обліку дистриб'юторських підприємств має суттєві недоліки, зокрема: недостатню оперативність отримання інформації про збут; складність формування аналітичних звітів; відсутність єдиної бази даних клієнтів та історії взаємодії з ними; недостатній контроль за дебіторською заборгованістю; труднощі у відстеженні ефективності маркетингових заходів тощо.

Недостатнє інформаційне забезпечення обліку збутової діяльності дистриб'юторських підприємств вимагає розробки бухгалтерського документа, який би надавав детальну інформацію про кожну операцію збуту, можливість аналізу ефективності збутових каналів, інформацію для прийняття управлінських рішень тощо. Здійснивши аналіз існуючого документального забезпечення обліку збутової діяльності дистриб'юторських підприємств, ми розробили Звіт про відвантаження та продаж товарів (рис. 3).

Таким чином, запропонована форма Звіту про відвантаження та продаж товарів для дистриб'юторських підприємств має обов'язковий характер під час відвантаження товарів зі складу та їх подальшого продажу клієнтам. Звіт складається систематично (наприклад, раз на місяць) менеджером з продажу або уповноваженим працівником відділу збуту на підставі первинних документів (наприклад, видаткової накладної, товарно-транспортної накладної тощо). Щомісяця документ, оформлений належним чином, передається до бухгалтерії з метою забезпечення повноти, достовірності та своєчасності відображення операцій щодо збуту дистриб'юторських підприємств у бухгалтерському та податковому обліку.

Основною перевагою запропонованої форми Звіту про відвантаження та продаж товарів є те, що документ:

- об'єднує інформацію про відвантаження та продаж в одному документі, що спрощує облік;
- забезпечує оперативність та точність даних, адже фіксує факт продажу одразу після відвантаження шляхом формування первинних облікових документів;
- містить всі необхідні реквізити для відображення операцій збуту в обліку та спрощує систему формування звітних документів.

Формування Звіту про відвантаження та продаж товарів також уможливить здійснення оцінки ефективності збутової діяльності за рахунок визначення ключових показників ефективності для оцінки роботи менеджерів з продажу (виконання плану продажів, кількість укладених угод, середній чек тощо); проведення регулярного аналізу досягнутих результатів та розробки заходів щодо їх покращення.

Назва підприємства

Ідентифікаційний код ЄДРПОУ

Структурний підрозділ _____

ЗАТВЕРДЖУЮ
 «___» _____ 20___р.
 Керівник підприємства

Підпис

**ЗВІТ
 про відвантаження та продаж товарів**

Номер документа	Дата складання	Звітний період	Код менеджера з продажу

Назва підприємства / ПІБ покупця	Код ЄДРПОУ/ ІПН клієнта (за наявності)	Номер та дата первинного документа на відвантаження	Назва товару	Кількість відвантажених товарів	Ціна за одиницю (без ПДВ)	Сума продажу (без ПДВ)	Ставка ПДВ	Сума ПДВ	Загальна сума продажу (з ПДВ)
Всього							X		

Менеджер з продажу

підпис

ПІБ

Джерело: власна розробка автора

Примітка: за необхідності до Звіту можуть бути додані інші реквізити (наприклад, інформація про транспортну компанію, умови доставки тощо).

Рекомендується використовувати електронну форму Звіту в межах автоматизованої системи обліку для підвищення ефективності та зменшення ризику помилок

Рис. 3. Запропонована форма Звіту про відвантаження та продаж товарів для дистриб'юторських підприємств

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, достовірне інформаційно-аналітичне забезпечення обліку збутової діяльності дистриб'юторських підприємств має сприяти створенню ефективної та інтегрованої системи обліку їх збутової діяльності, яка забезпечить керівництво підприємств своєчасною, достовірною та аналітичною інформацією для прийняття обґрунтованих рішень і підвищення ефективності збутових процесів. Запропонована форма Звіту про відвантаження та продаж товарів: оптимізує документообіг, пов'язаний зі збутовою діяльністю; інтегрує систему обліку операцій зі збуту з іншими обліковими системами дистриб'юторських підприємств; налагодить процес формування регулярних та аналітичних звітів про збут; забезпечить контроль за дебіторською заборгованістю.

Список використаної літератури:

1. Бешлей Б.В. Збутова діяльність дистриб'юторських підприємств: сутність та особливості здійснення / Б.В. Бешлей // Бізнес Інформ. – 2024. – № 9. – С. 266–273. DOI: 10.32983/2222-4459-2024-9-266-273.
2. Саkun А.Ж. Структура інформаційного забезпечення управління збутової діяльності підприємства / А.Ж. Саkun, О.Г. Карташова // Економіка та держава. – 2021. – № 2. – С. 112–117. DOI: 10.32702/23066806.2021.2.112.
3. Сікач Н.С. Сутність і структура обліково-аналітичного забезпечення системи управління підприємницької діяльності / Н.С. Сікач // Регіональна економіка. – 2024. – № 2. – С. 155–165. DOI: 10.36818/1562-0905-2024-2-16.
4. Жук В.М. Розвиток теорії бухгалтерського обліку: інституціональний аспект : монографія / В.М. Жук. – Київ : ННЦ «Інститут аграрної економіки», 2018. – 408 с.
5. Саkun А.Ж. Облікова система як інформаційна база управління збутовою діяльністю / А.Ж. Саkun // Таврійський науковий вісник. Серія : Економіка. – 2020. – Вип. 2. – С. 248–252. DOI: 10.32851/2708-0366/2020.2.30.
6. Бухгалтерський фінансовий облік : підручник для вузів / за ред. Ф.Ф. Бутинця. – 7-ме вид., доп. і перероб. – Житомир : ПП «Рута», 2006. – 831 с.
7. Уланчук В.С. Удосконалення первинного обліку в аграрних підприємствах: вимога сьогодення / В.С. Уланчук, Н.В. Оляднічук // Облік і фінанси в АПК: освітній портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://magazine.faaf.org.ua/udoskonallennya-pervinnogo-obliku-v-agrarnih-pidpriemstvakh-vimoga-sogodennya.html>
8. Гудзенко Н.М. Вплив інформаційних потреб користувачів на структуру та наповнення фінансової звітності / Н.М. Гудзенко, Н.І. Коваль, Т.Ф. Плахтій // Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики. – 2018. – № 5. – С. 102–113.
9. Мулик Т.О. Постачальницько-збутова діяльність дистриб'юторських підприємств як об'єкт бухгалтерського обліку / Т.О. Мулик, С.О. Мудрик, Б.В. Бешлей // Ефективна економіка. – 2024. – № 2. DOI: 10.32702/2307-2105.2024.2.71.
10. Бойко Р.В. Управлінський облік бізнес процесів у дистрибуційних компаніях: концептуальні основи / Р.В. Бойко, Т.І. Винницький // Інвестиції: практика та досвід. – 2024. – № 6. – С. 153–159. DOI: 10.32702/23066814.2024.6.153.
11. Trends in global export value of trade in goods from 1950 to 2022 / Statista [Electronic resource]. – Access mode : <https://www.statista.com/statistics/264682/worldwide-export-volume-in-the-trade-since-1950/>
12. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.ukrstat.gov.ua/>

References:

1. Beshlei, B.V. (2024), «Zbutova diialnist dystribiutorskykh pidpriemstv: sutnist ta osoblyvosti zdiisnennia», *Biznes Inform*, No. 9, pp. 266–273, doi: 10.32983/2222-4459-2024-9-266-273.
2. Sakun, A.Zh. and Kartashova, O.H. (2021), «Struktura informatsiinoho zabezpechennia upravlinnia zbutovoi diialnosti pidpriemstva», *Ekonomika ta derzhava*, No. 2, pp. 112–117, doi: 10.32702/23066806.2021.2.112.
3. Sikach, N.S. (2024), «Sutnist i struktura oblikovo-analitychnoho zabezpechennia systemy upravlinnia pidpriemnytskoi diialnosti», *Rehionalna ekonomika*, No. 2, pp. 155–165, doi: 10.36818/1562-0905-2024-2-16.
4. Zhuk, V.M. (2018), *Rozvytok teorii bukhgalterskoho obliku: instytutsionalnyi aspekt*, monohrafiia, NNTs «Instytut ahrarnoi ekonomiky», Kyiv, 408 p.
5. Sakun, A.Zh. (2020), «Oblikova systema yak informatsiina baza upravlinnia zbutovoiu diialnistiu», *Tavriiskyi naukovi visnyk. Seriiia. Ekonomika*, Issue 2, pp. 248–252, doi: 32851/2708-0366/2020.2.30.
6. Butynets, F.F. (ed.), *Bukhgalterskyi finansovyi oblik*, pidruchnyk dlia vuziv, 7th ed., dop. i pererob, PP «Ruta», Zhytomyr, 2006, 831 p.
7. Ulanchuk, V.S. and Oliadnichuk, N.V., «Udoskonallennia pervynnoho obliku v ahrarnykh pidpriemstvakh: vymoha sohodennia», *Oblik i finansy v APK: osvittii portal*, [Online], available at: <https://magazine.faaf.org.ua/udoskonallennya-pervinnogo-obliku-v-agrarnih-pidpriemstvakh-vimoga-sogodennya.html>
8. Hudzenko, N.M., Koval, N.I. and Plakhtii, T.F. (2018), «Vplyv informatsiinykh potreb korystuvachiv na strukturu ta napovnennia finansovoi zvitnosti», *Ekonomika, finansy, menedzhment: aktualni pytannia nauky i praktyky*, No. 5, pp. 102–113.
9. Mulyk, T.O., Mudryk, S.O. and Beshlei, B.V. (2024), «Postachalnyiysko-zbutova diialnist dystribiutorskykh pidpriemstv yak obiekty bukhgalterskoho obliku», *Efektivna ekonomika*, No. 2, doi: 10.32702/2307-2105.2024.2.71.

10. Boiko, R.V. and Vynnytskyi, T.I. (2024), «Upravlinskyi oblik biznes protsesiv u dystrybutsiinykh kompaniiakh: kontseptualni osnovy», *Investysii: praktyka ta dosvid*, No. 6, pp. 153–159, doi: 10.32702/2306 6814.2024.6.153.
11. «Trends in global export value of trade in goods from 1950 to 2022», *Statista*, [Online], available at: <https://www.statista.com/statistics/264682/worldwide-export-volume-in-the-trade-since-1950/>
12. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, [Online], available at: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

Бешлей Богдан Віталійович – аспірант другого року навчання зі спеціальності 071 «Облік і оподаткування» Вінницького національного аграрного університету.

Наукові інтереси:

- інформаційно-аналітичне забезпечення збутової діяльності.

Beshlei B.V.

Information and analytical support for accounting of sales activities of distribution companies

Distribution companies have a specific structure and functions that require proper organization of accounting for product flows, warehousing, transportation, and sales of goods to end consumers. At the same time, methods of accounting and sales control play an important role, which allow ensuring data accuracy, minimizing financial risks and increasing consumer satisfaction. The article analyzes the peculiarities of the activities of distribution companies.

The article is devoted to the study of theoretical and methodological principles and the development of practical recommendations for improving the information and analytical support for accounting for sales activities of distribution enterprises. In conditions of constantly growing competition in the market of goods and services, an important factor in the successful functioning of distribution enterprises is effective accounting and analysis of sales activities. To achieve this goal, it is necessary to ensure timely and accurate collection, processing, and analysis of data related to the sale of goods. This will allow making informed management decisions, increasing the efficiency of enterprises, and optimizing business processes.

The main stages of the sales process are characterized and based on them a list of stages of sales activities of distribution enterprises is proposed. The author proposes a scheme of information and analytical support for the management of sales activities of distribution enterprises, the central object of which is information. It is also determined that high-quality information and analytical support for accounting of sales activities of distribution enterprises is impossible without a properly organized documentation process. In order to improve documentation, a list of forms of primary documents for accounting for the sales activities of distribution enterprises has been identified. However, the gaps identified in the article in the existing system of documentary reflection of transactions related to the sale of goods in the accounting of distribution enterprises necessitated the development of a Report on the shipment and sale of goods for distribution enterprises, which is a document that combines information from primary documents.

Keywords: distribution companies; sales activities; sales; accounting; information; information and analytical support.

Стаття надійшла до редакції 10.04.2025.