

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОБЛІКУ ТА КАЛЬКУЛЮВАННЯ ВИТРАТ ПО ІННОВАЦІЙНИМ ПРОЕКТАМ

Вербицька В.І., , канд. екон. наук , доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Ковальова Т.В., , канд. екон. наук, доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Попова А.М., канд. техн. наук

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Хорошилова І.О., канд. екон. наук, доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Постановка проблеми. Ефективна діяльність підприємств потребує придання значної уваги всім без винятка процесам, що здійснюються ними. Серед таких процесів важливе місце посідає (належить) методологія обліку витрат, і, зокрема, облік витрат та обчислення (розрахунок) собівартості інноваційного товару (продукту). У вітчизняній практиці на сьогодні використовують декілька методів обліку витрат та розрахунку собівартості, однак жоден з них не може бути використаний в чистому вигляді в цілях управлінського обліку інновацій внаслідок необхідності у кожному окремому випадку використання моделі обліку повної собівартості інновацій за фактичними витратами

Аналіз останніх досліджень. Проблема обліку інноваційних витрат на підприємстві займалися такі науковці як Бутинець Ф.Ф.[1], Грабовська Ю.М. [2], Герасимчук В.Г.[3], Давыдова В.В. [4], Ілишев А.М., Воропанова І.Н. [5], Кірсанова В. В., Ковальова О.М. [6], Маренич Т.Г. [7], Ніколаєва С.А. [8], Озеран В. [9], Саранцова О.Г. [4], Сухарева Т.О. [4], Бистрова О.М.[10], Гик В. [9], та інші.

Віддаючи належне великому внеску даних вчених у вирішення досліджуваної проблеми, необхідно відзначити, що ряд питань до теперішнього часу залишається невирішеним або носить дискусійний характер. Зокрема, це стосується врахування унікальності різного роду інноваційних товарів, що є необхідними в процесі визначення собівартості. Вказані та інші причини не дозволяють повною мірою реалізовувати завдання, пов'язані з управлінням інноваційними процесами підприємствами, що є вкрай важливим в умовах мінливого ринкового середовища.

Невирішені складові загальної проблеми. Будь-яка інновація як кінцевий результат інноваційної діяльності є унікальною, а значить, неможливо задалегідь розробити єдину методику калькулювання інновації та успішно використовувати її для інноваційного проекту підприємств. Підсумки досліджень діючої практики обліку в організаціях різноманітних галузей

демонструють відсутність єдиного методологічного підходу до планування, обліку та контролювання даних витрат.

Формування цілей статті. Ціллю статті є визначення основних напрямків вдосконалення контролю інноваційних витрат та розробка положень, що збільшать інформаційну ємність управлінського обліку інновацій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інноваційна діяльність представляє собою сукупність різноманітних за характером та призначенням об'єктів, які можна представити у вигляді двох груп: об'єкти, що забезпечують інноваційну діяльність та об'єкти, що входять до складу інноваційної діяльності. Метод управлінського обліку інновацій – це сукупність прийомів та засобів, за допомогою яких всебічно відображаються об'єкти, які складають та забезпечують інноваційну діяльність. Щоб зробити свою діяльність більш ефективною, виробник повинен намагатись здешевити собівартість своєї продукції, при цьому процесу здешевшання може підлягати як та продукція, що вже випускається, так і та, що планується до випуску внаслідок диверсифікаційних виробничих процесів.

Процес зменшення собівартості товару варто розпочати з етапу проектування продукту, тому що подальші дії по його розробці та виготовленню вже мало підлягають процесу здешевлення. В свою чергу, значна собівартість здатна негативно вплинути на величину прибутковості запланованого продукту. До таких припущень та висновків вперше прийшли фахівці по виробничому менеджменту та управлінського обліку з Японії, якими у другій половині минулого сторіччя була запропонована концепція управління собівартістю «за цілями», що називається сьогодні таргет-костингом. Практична реалізація запропонованої концепції з метою уникнення завищення собівартості ще на стадії проекту товару протягом багатьох років показує успішні наслідки. Зазначимо, що традиційно застосовувана система стандарт-костингу має використання переважно протягом виробничого етапу та змає за мету повне включення в собівартість одиниці продукту здійснених витрат.

Модифікований метод японської ідеї стратегічного планування і керування витратами (система таргет-костинг) уможливує оптимально розраховувати виробничі витрати на продукцію та встановлювати собівартість, яка влаштовує споживчі можливості та гарантує достатній обсяг прибутку підприємства. Зазначений стан рівноваги між потребами споживачів та «апетитами» підприємств можливо зафіксувати лише на самому початку планування та розробки товару, і саме тут пропонується до широкого застосування система таргет-костингу. Її особливість полягає у її ролі доповнення, а не повної заміни існуючих традиційних контролюючих витрат систем. Можна з впевненістю констатувати, що таргет-костинг є концепцією управління, яка підпорядковується стратегії по зниженню витрат та здійснює процес планування інноваційних продуктів разом з калькулюванням їх собівартості у відповідності до ринкової кон'юнктури. Також цю систему можна використовувати при проектуванні нового товару або вдосконаленні застарілого продукту. Всі означені риси запропонованої японськими

менеджерами системи дають нам підставу вважати, що головною метою використання цієї системи є збереження конкурентоспроможності підприємства за рахунок пристосування виробництва для випуску нового товару чи послуги (інноваційного товару) та целесообразність відповідність понесених витрат цим діям. Цілком логічним є те, що вказана система перш за все зорієнтована на визначення ціни на новий товар, який потребує ринок. І також логічним є визначення ціни, що буде прийнятною як для споживача, так і для виробника, орієнтуючись на показники особистісної оцінки товару відповідно до рівня ринкових цін на аналогічні товари чи послуги у конкурентів. Слід нагадати, що звичайно вартість виробленого товару базується на показниках витрат та формується, орієнтуючись на отримання визначеного прибутку.

Як відомо, традиційно ціна на виготовлений товар визначається, спираючись на її собівартість та прибуток. Таким чином присутні очікування щодо перспектив реалізації інноваційної продукції з урахуванням покриття всіх понесених витрат та забезпечення прибутку, необхідного, щоб успішно розвивати бізнес в майбутньому. Але слід враховувати, що використання означеного підходу доцільне, коли виготовлений товар є унікальним або таким, що не має аналогів на вітчизняному ринку, тобто за повністю відсутньою конкуренцією. Зовсім інша річ простежується у випадку, якщо товар є інноваційним лише для підприємства та традиційним і вже знайомим на ринку, і використати означений підхід практично неможливо. Змінивши погляди щодо взаємозалежності цін від її собівартості та заданого прибутку, творцями системи таргет-костінгу були змінені і пріоритети відносно складу калькуляції самої собівартості, наслідком чого стали змінення порядку дій щодо визначення ціни на продукцію. Новий порядок має на увазі зміну собівартості продукції на цільову собівартість; ціну на товар – цільовою ціною, прибутку – на цільовий прибуток. В результаті цільову собівартість визначають як різницю між цільовою ціною та цільовим прибутком. Здійснено також і трансформацію самих визначень. Ринкову ціну згідно цьому методу тепер називають цільовою (target price) ціною, відповідно цільовий прибуток означає різницю між виробничою собівартістю та ціною продажу (target profit), саму ж виробничу собівартість назвали цільовою (target cost) [11].

Відмінністю запропонованої японськими менеджерами системи таргет-костінгу є процес розрахунку собівартості товару, базуючись на встановлену (заплановану) ціну його збуту, що докорінним чином відрізняє таку систему від інших. Ціна збуту (ціна реалізації) визначається в результаті здійсненого маркетингового дослідження на ринку, що дає підставу за фактом вважати її очікуваною. Концепцією таргет-костінгу перш за все передбачається відповіді на питання «якою повинна бути ціна товару?» на противагу традиційному «яка є вартість товару». Це дозволяє підприємствам здійснювати виробництво, орієнтуючись на ринкові умови, а їх менеджерам – вплив на процес виробництва ще на етапі проектування товару. Процес починається з визначення цільової ціни, що залежить від конкурентних цін і споживацьких вимог. Не остання роль у цьому процесі належить фактору часу, оскільки

можливі як обставини, коли конкуренти змінять ціни на свій товар, так і ситуація зміни поглядів споживачів щодо цінової межі та функціональних переваг чи властивостей продукту. Також необхідно пам'ятати про можливість виникнення об'єктивних причин для зміни витрат на виробництві, пов'язані з законодавчо встановленим рівнем заробітної плати, підвищенням закупівельних цін на сировину та т.ін. [11-12].

Постанова цільових витрат у центр уваги є головним для практики використання таргет-костингу. Міжнародна практика по виробничо-фінансовому цільовому плануванню має широкий спектр методів, як обчислювати цільові витрати, серед яких ринкові, конкуренто орієнтовані, внутрішньовиробничі, нормативні та координуючі. Автори згодні з вченим [12] і вважають доцільним, обґрунтованим і таким, що дозволить успішно впровадити у виробничу практику застосування методу таргет-костингу (при урахуванні ринкових умов бізнесового середовища) використання найпростішого методу по визначенню цільових витрат – ринкового. Алгоритм реалізації таргет-костингу на машинобудівному підприємстві показано на рис. 1.

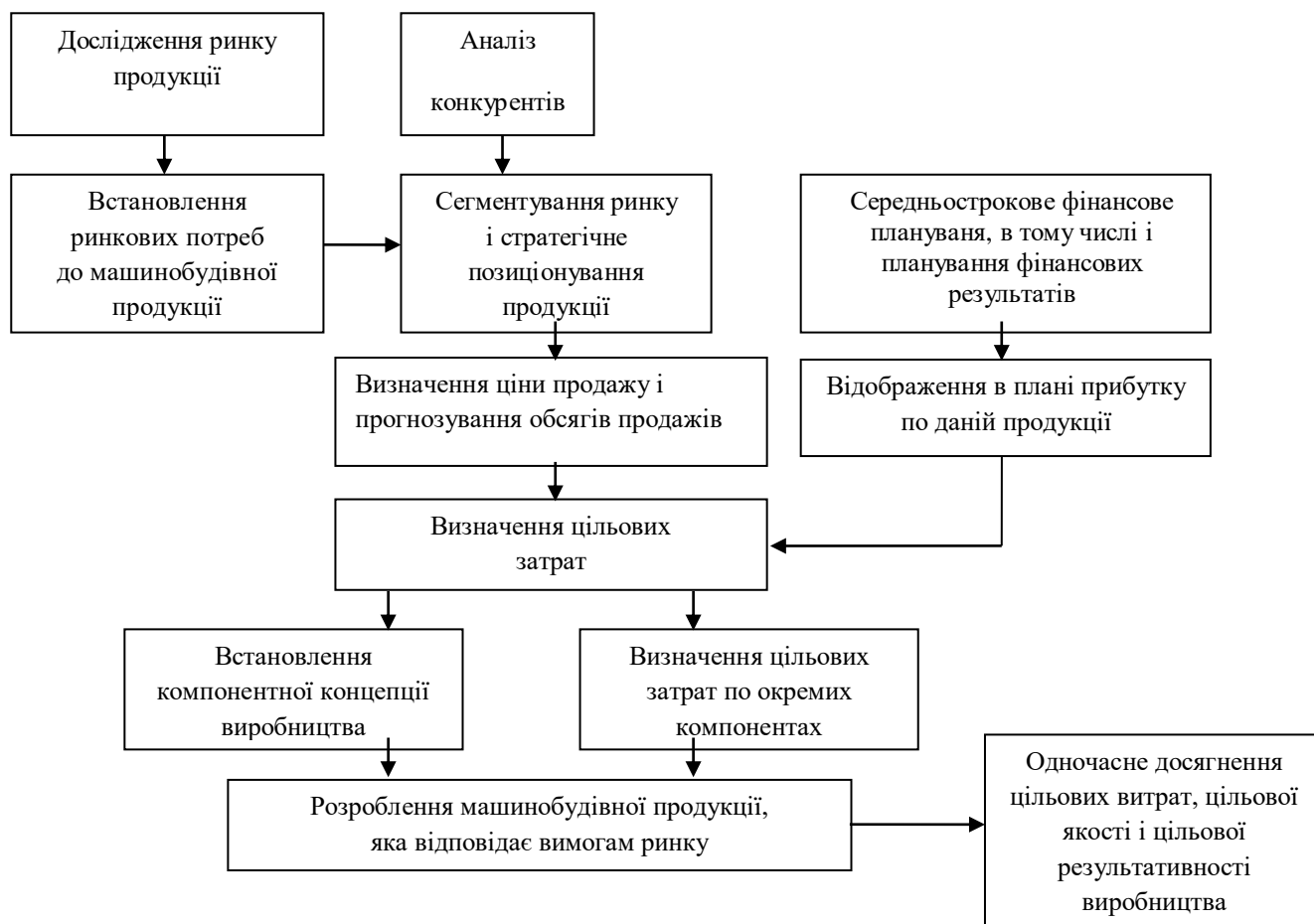


Рис. 1. Алгоритм реалізації таргет-костингу на машинобудівному підприємстві

Позитивні моменти при використанні концепції таргет-костингу складаються в наступному:

- учасниками досліджуються синтезуються та, врешті, виробляються різноманітні рішення та припущення, результатом яких досить часто стають альтернативні та інноваційні рішення щодо виробничого процесу та товару;

- в умовах існуючого витратного обмеження необхідно знайти такий інноваційний процес, щоб мати можливість здійснювати виробництво, минаючи вартісні технології і матеріали [13].

Аналізуючи наведений, алгоритм, можна помітити, що головною перевагою застосування концепції є систематизація заходів по зниженню витрат при одночасному орієнтуванні на врахування споживацьких потреб. Коли цільові витрати поділено між статтями витрат, можна встановити їх норми, що неминуче приверне підвищену увагу керівництва та менеджменту до контрольних заходів відносно витрат. У підсумку ж підприємство після використання системи таргет-костингу володіє вже довгостроковим управлінським інструментом, забезпечуючим йому високий рівень конкурентоспроможності та отримання прибутку, а в перспективі – привабливу зовнішню інвестицію. Наприклад, керівниками більш ніж 80% підприємств Німеччини відзначено, що цільове управління витратами має сильний вплив на фінансовий успіх та стає положення підприємства на ринку [12].

Сутність запропонованих пропозицій полягає у необхідності виділення, у разі виникнення необхідності, в загальному бюджеті будь-якого промислового підприємства бюджету інноваційної діяльності. Такий бюджет за складом його статей подібний до бюджету витрат, але його мета та механізм функціонування повністю відповідають бюджету за капітальними вкладеннями. В запропонованому бюджеті слід врахувати всі витрати, які потенційно виникнуть при розробці, апробації та впровадженні інновацій, а ключовим та найбільш складним в цьому процесі є вибір часового інтервалу.

Висновки з проведеного дослідження. Впровадження в практичну діяльність розробленої методики управлінського обліку інноваційної діяльності, що включає до свого складу бюджетування інноваційних процесів, дозволить значно збільшити інформаційну ємність управлінського обліку інновацій та посилення його контрольної, аналітичної та прогностичної функцій.

Перелік посилань

1. Бутинець Ф. Ф. *Теорія бухгалтерського обліку*. Житомир: ЖІТІ, 2000. 356 с.

2. Грабовська Ю. М. Бухгалтерський облік, аналіз та аудит. *Бухгалтерський облік, аналіз та аудит*. 2018. № 23. С. 612-617.

3. Герасимчук В. Г. Бухгалтерський облік, аналіз та аудит. *Наукові записки Національного університету "Острозька академія"*. 2013. Сер.: Економіка. № 19. С. 305-310.

4. Саранцева Е. Г., Давыдова В. В. Инновационная деятельность как объект управленческого учета. Проблемы учета: сайт. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnaya-deyatelnost-kak-obekt-upravlencheskogo-ucheta> (дата звернення 22.03.2019)

5. Ильшев А. М., Воропанова И. Н. *Учет и анализ инновационно-инвестиционной деятельности*. Изд. центр НТЦ – НИИОГР, 2002. 136 с.
6. Кірсанова В. В., Сухарева Т. О., Ковальова О. М. Проблеми обліку інноваційної діяльності. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2011. № 41(2). С. 216-221.
7. Маренич Т. Г. Документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку: аналіз новацій та напрями поліпшення. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2017. № 1. С. 76-79.
8. Николаева С. А. *Особенности учета затрат в условиях рынка: система «директ-костинг»: теория и практика*. М.: Финансы и статистика, 1997. 128 с.
9. Озеран В., Гик В. Актуальні проблеми обліку витрат на інновації. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2013. № 12. С. 21–29.
10. Быстрова А. Н. *Интегрированный управленческий учет инновационной деятельности в условиях информационной экономики: дис. канд. эк. наук: 08.00.12*. Екатеринбург, 2010. 148 с.
11. Славников Д. В. *Target costing как метод селективного стратегического управления затратами*: сайт. URL: <http://www.mevriz.ru/articles/2005/6/3939.html> (дата звернення 22.03.2019)
12. *Внедрение целевого управления затратами в рамках системы стратегического контроллинга*: сайт. URL: http://revolution.allbest.ru/managment/00047689_0.html (дата звернення 22.03.2019)
13. Троян И. *Алгоритмы Target Costing*: сайт. URL: <http://www.gaap.ru/biblio/mngacc/foreign/015.asp>. (дата звернення 22.03.2019)

References

1. Butinets, F. F. (2000), *Theory of accounting [Teoriia bukhhalterskoho obliku]*, Zhytomyr: LIFE, 356 p.
2. Grabovskaya, Yu. M. (2018), Accounting, analysis and audit [Accounting, analysis and audit], *Accounting, analysis and audit*, No. 23, P. 612-617.
3. Gerasimchuk, V. G. (2013), Accounting, analysis and audit [Accounting, analysis and audit], *Scientific notes of Ostroh Academy National University, Economics*, No. 19, P. 305-310.
4. Sarantseva, E. G., Davydova V. V. Innovation activity as an object of management accounting. Accounting problems [Innovatsionnaya deyatel'nost' kak ob"ekt upravlencheskogo ucheta. Problemy ucheta], available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnaya-deyatelnost-kak-obekt-upravlencheskogo-ucheta> (last accessed 22.03.2019)
5. Ilyshev, A. M., Voropanova, I. N. (2002), *Accounting and analysis of innovation and investment activities [Uchet i analiz innovatsionno-investitsionnoy deyatel'nosti]*, Ed. Center SEC - NIIOGR, 136 p.
6. Kirsanov, V. V., Sukhareva, T. O., Kovalova, O. M. (2011), Problem area інноваційної діяльності [Problemy obliku innovatsiinoi diialnosti], *News of social and economic doslidzhen*, No. 41 (2), P. 216-221.

7. Marenich, T. G. (2017), Documentary accounting records: analysis of innovations and directions of improvement [Dokumentalne zabezpechennia zapysiv u bukhhalterskomu obliku: analiz novatsii ta napriamy polipshennia], *Actual problems of innovative economy*, No. 1, P. 76-79.

8. Nikolaev, S. A. (1997), *Features of cost accounting in market conditions: a system of "direct costing": theory and practice* [Osobennosti ucheta zatrat v usloviyakh rynka: sistema «direkt-kosting»: teoriya i praktika], M.: Finance and Statistics, 128 p.

9. Ozeran, V., Gik, V. (2013), Topical problems of accounting for the costs of innovation [Aktualni problemy obliku vytrat na innovatsii], *Accounting and auditing*, No. 12, P. 21-29.

10. Bystrov, A. N. (2010), *Integrated management accounting of innovation activity in the conditions of the information economy* [Integrirovannyu upravlencheskiy uchet innovatsionnoy deyatel'nosti v usloviyakh informatsionnoy ekonomiki], diss. Cand. eq Sciences: 08.00.12, Yekaterinburg, 148 p.

11. Slavnikov, D. V. Target costing as a cost-effective strategic cost control method [Target costing kak metod selevogo strategicheskogo upravleniya zatratami], available at: <http://www.mevriz.ru/articles/2005/6/3939.html> (last accessed 22.03.2019)

12. Implementation of target cost management within the framework of the strategic control system [Vnedrenie tselevogo upravleniya zatratami v ramkakh sistemy strategicheskogo kontrollinga], available at: http://revolution.allbest.ru/managment/00047689_0.html (last accessed 22.03.2019)

13. Troyan, I. Algorithms Target Sosting [Algoritmy Target Sosting], available at: <http://www.gaap.ru/biblio/mngacc/foreign/015.asp>. (last accessed 22.03.2019)

РЕФЕРАТИ РЕФЕРАТЫ ABSTRACTS

УДК 330.34; JEL Classification: O32

Вербицька В.І., Ковалева Т.В., Попова А.М., Хорошилова І.О.
МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОБЛІКУ ТА КАЛЬКУЛЮВАННЯ ВИТРАТ ПО ІННОВАЦІЙНИМ ПРОЕКТАМ

Метою дослідження є визначення основних напрямків вдосконалення контролю інноваційних витрат та розробка положень, що збільшать інформаційну ємність управлінського обліку інновацій. **Методика дослідження** були використані наступні загальнонаукові та спеціальні методи і прийоми дослідження: методи узагальнення та абстрагування – для уточнення сутності управлінського обліку іновацій, теоретичних засад та інструментарію управління інноваційною діяльністю; системного і комплексного підходу до визначення вибору складових прийомів та засобів, за допомогою яких всебічно відображаються об’єкти, які складають та забезпечують інноваційну діяльність. **Результати дослідження.** Прогнозування кінцевого результату інноваційного впровадження неможливо через його неповторність, а значить, неможливо заздалегідь розробити єдину методику калькулювання іновації та успішно

використовувати її для інноваційного проекту підприємств. Сучасна практика методології бухгалтерського обліку в організації різних галузей промисловості свідчить про відсутність єдиного методологічного підходу до планування, обліку та суперечності цих витрат. У зв'язку з цим визначення основних напрямів поліпшення контролю за інноваційними витратами та розробка положень підвищує інформаційну спроможність управлінського обліку операцій. Встановлення цільових витрат у фокусі уваги стає головним у практиці використання цільової вартості. **Науковою новизною** є використання методики поділення інноваційного юджету при калькулюванні витрат. Загалом, використання реалізації в практичній діяльності розробленої методології управлінського обліку інноваційної діяльності, що включає в себе склад бюджетування інноваційних процесів, дозволить суттєво підвищити інформаційну спроможність управлінського обліку інновацій та посилення її контролю, аналітичної діяльності та функції прогнозування. **Практичне значення отриманих результатів** полягає у використанні методів, що дозволяє застосовувати запропонований консолідований план, що дає можливість формувати окрему частку бюджету, котрі стосуються інновацій. В результаті компанія, використовуючи систему цільової калькуляції, вже має довгостроковий інструмент управління, що забезпечує йому високий рівень конкурентоспроможності і прибутку, а в довгостроковій перспективі - привабливі іноземні інвестиції.

Ключові слова: собівартість; інновація; калькулювання; облік витрат; тагет-костинг

УДК 330.34; JEL Classification: O32

Вербицкая В.И., Ковалева Т.В., Попова А.М., Хорошилова И. А. МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К УЧЕТА И КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ ЗАТРАТ ПО ИННОВАЦИОННЫМ ПРОЕКТАМ

Цель исследования является определение основных направлений совершенствования контроля инновационных затрат и разработка положений, увеличат информационную емкость управленческого учета инноваций. **Методика исследования.** Были использованы следующие общенаучные и специальные методы и приемы исследования: методы обобщения и абстрагирования - для уточнения сущности управленческого учета инноваций, теоретических основ и инструментария управления инновационной деятельностью; системного и комплексного подхода к определению выбора составляющих приемов и средств, с помощью которых всесторонне отражаются объекты, которые составляют и обеспечивают инновационную деятельность. **Результаты исследования.** Прогнозирование конечного результата инновационного внедрения невозможно из-за его неповторимости, а значит, невозможно заранее разработать единую методику калькуляции инновации и успешно использовать ее для инновационного проекта предприятий. Современная практика методологии бухгалтерского учета в организации различных отраслей промышленности свидетельствует об

отсутствии единого методологического подхода к планированию, учету и противоречия этих расходов. В связи с этим определение основных направлений улучшения контроля за инновационными затратами и разработка положений повышает информационную способность управленческого учета операций. Установление целевых расходов в фокусе внимания становится главным в практике использования целевой стоимости. **Научная новизна.** Является использование методики разделения инновационного бюджета при калькулировании затрат. В общем, использование реализации в практической деятельности разработанной методологии управленческого учета инновационной деятельности, включающая в себя состав бюджетирования инновационных процессов, позволит существенно повысить информационную способность управленческого учета инноваций и усиления ее контроля, аналитической деятельности. и функции прогнозирования. **Практическое значение полученных результатов** заключается в использовании методов, что позволяет применять предложенный консолидированный план, дает возможность формировать отдельную долю бюджета, касающиеся инноваций. В результате компания, используя систему целевой калькуляции, уже имеет долгосрочный инструмент управления, обеспечивает ему высокий уровень конкурентоспособности и прибыли, а в долгосрочной перспективе - привлекательные иностранные инвестиции.

Ключевые слова: себестоимость; инновация; калькулирование; учет затрат; Тагет-костинг

UDC 330.34; JEL Classification: O32

Verbitskaya V.I., Kovaleva T.V., Popova A.M., Khoroshilova I.
METHODICAL APPROACH TO ACCOUNT AND CALCULATION OF INCOME INNOVATION PROJECTS

Purpose is to determine the main directions of improving the control of innovation costs and the development of provisions that will increase the information capacity of managerial accounting of innovations. **Research methodology** used the following general scientific and special methods and techniques of the study: methods of generalization and abstraction - to specify the essence of managerial accounting of innovations, theoretical foundations and tools of management of innovation activities; a systematic and integrated approach to the definition of the choice of components of methods and means by which the objects representing and providing innovative activity are comprehensively reflected. **Findings.** Forecasting of the final result of innovation implementation is impossible due to its uniqueness, which means that it is impossible to develop in advance a unified method of calculation of innovations and successfully use it for the innovative project of enterprises. The current practice of accounting methodology in the organization of various industries indicates the lack of a unified methodological approach to planning, accounting and contradiction in these costs. In this regard, the definition of the main areas for improving the control of innovation costs and the development of provisions increases the information ability of management accounting operations.

Setting target spend in the focus of attention becomes the main focus in the practice of using target value. *Originality* is the use of the method of sharing the innovative youth when calculating costs. In general, the use of realization in the developed practice of the developed methodology of managerial accounting of innovation activities, which includes the composition of the budgeting of innovation processes, will significantly increase the information capacity of managerial accounting of innovations and strengthening its control, analytical activity. and forecasting functions. *Practical value* of the results obtained is to use the methods that allow the proposed consolidated plan to be applied, which enables the formation of a separate part of the budget related to innovation. As a result, the company, using the target costing system, already has a long-term management tool that provides it with a high level of competitiveness and profit, and in the long run attractive foreign investments.

Key words: prime cost; innovation; calculation; cost accounting; tagging-costing

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Вербицька Вікторія Іванівна – кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, доцент кафедри обліку, оподаткування та міжнародних економічних відносин, м. Харків, Україна; Моб. 050-403-14-57.

Вербицкая Виктория Ивановна – кандидат экономических наук, доцент, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, доцент кафедры учета, налогообложения и международных экономических взаимоотношений, г. Харьков, Украина. Моб. 050-403-14-57.

Verbitskaya Victoria - Candidate of Sciences (Economic), Associate Professor, Kharkov National Automobile and Highway University, Associate Professor at the Department of Accounting, Taxation and International Economic Relations, Kharkiv, Ukraine. Моб. 050-403-14-57.

Ковальова Тетяна Володимирівна – кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, доцент кафедри обліку, оподаткування та міжнародних економічних відносин, м. Харків, Україна; Моб. 095-724-40-50.

Ковалева Татьяна Владимировна – кандидат экономических наук, доцент, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, доцент кафедры учета, налогообложения и международных экономических взаимоотношений, г. Харьков, Украина. Моб. 095-724-40-50.

Kovaleva Tatiana - Candidate of Sciences (Economic), Associate Professor, Kharkov National Automobile and Highway University, Associate Professor at the Department of Accounting, Taxation and International Economic Relations, Kharkiv, Ukraine. Моб. 095-724-40-50.

Попова Анжела Миколаївна – кандидат технічних наук, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, доцент кафедри обліку, оподаткування та міжнародних економічних відносин, м. Харків, Україна; e-mail: angelikaropova@meta.ua; Моб. 097-464-37-77.

Попова Анжела Николаевна – кандидат технических наук, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, доцент кафедры учета, налогообложения и международных экономических взаимоотношений, г. Харьков, Украина. e-mail: angelikaropova@meta.ua; Моб. 097-464-37-77.

Popova Anzhela - Candidate of Sciences (Technical), Kharkov National Automobile and Highway University, Associate Professor at the Department of Accounting, Taxation and International Economic Relations, Kharkiv, Ukraine. e-mail: angelikaropova@meta.ua; Моб. 097-464-37-77.

Хорошилова Ірина Олександрівна – кандидат економічних наук, Харківський національний автомобільно-дорожній університет, доцент кафедри обліку, оподаткування та міжнародних економічних відносин, м. Харків, Україна; e-mail: hia23@ukr.net; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-00015343-5161>. Моб. 050-307-97-03.

Хорошилова Ирина Александровна – кандидат экономических наук, Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет, доцент кафедры учета, налогообложения и международных экономических отношений, г. Харьков, Украина.

Khoroshilova Irina – Candidate of Sciences (Economics), Kharkov National Automobile and Highway University, Associate Professor at the Department of account, taxation and international economic relations, Kharkiv, Ukraine.