

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ПОЛІСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет інформаційних технологій,  
обліку та фінансів

Кафедра бухгалтерського обліку,  
оподаткування та аудиту

Кваліфікаційна робота  
на правах рукопису

**РОМАНЮК Олександр Михайлович**

УДК 657.1:339.1

## **КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

### **«ОБЛІКОВА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ЗБУТ»**

Спеціальність 071 «Облік і оподаткування»

Подається на здобуття освітнього ступеня магістр

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання  
ідей, результатів і тестів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

Олександр РОМАНЮК

Науковий керівник

Русак Олена Петрівна

кандидат економічних наук, доцент

**Житомир – 2024**

Робота виконана на кафедрі бухгалтерського обліку, оподаткування та аудиту  
Поліського національного університету

Рецензент:

доцент кафедри фінансів і кредиту Поліського національного університету,  
к.е.н., доц. Сус Юрій Юрійович

**Висновок комісії за результатами попереднього захисту:**

\_\_\_\_\_ допустити до захисту \_\_\_\_\_

Голова комісії \_\_\_\_\_ Тетяна ГАЙДУЧОК

Висновок кафедри бухгалтерського обліку, оподаткування та аудиту за  
результатами попереднього захисту: \_\_\_\_\_ допустити до захисту \_\_\_\_\_

Протокол засідання кафедри бухгалтерського обліку, оподаткування та  
аудиту № \_\_\_\_\_ від \_\_ грудня 2024 року

Завідувач кафедри бухгалтерського  
обліку, оподаткування та аудиту \_\_\_\_\_ Наталія МАЛЮГА

**Результати захисту кваліфікаційної роботи**

Студент(ка) РОМАНЮК Олександр Михайлович захистив(ла) кваліфікаційну  
роботу з оцінкою:

сума балів за 100-бальною шкалою \_\_\_\_\_,

за університетською шкалою \_\_\_\_\_

Секретар ЕК \_\_\_\_\_

Ганна МАЙДУДА

## АНОТАЦІЯ

**Романюк О. М. Облікова політика підприємства в системі управління витратами на збут.** – Кваліфікаційна робота на правах рукопису.

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістр за спеціальністю 071 «Облік і оподаткування». – Поліський національний університет, Житомир, 2024.

У роботі досліджується роль облікової політики як важливого інструменту для ефективного управління витратами на збут. В контексті постійно змінюваного економічного середовища та потреби підвищення конкурентоспроможності підприємств, облікова політика виступає основою для формування достовірної фінансової інформації, яка є необхідною для прийняття управлінських рішень.

Результати роботи підкреслюють важливість вдосконалення облікової політики в контексті управління витратами на збут, а також надають практичні рекомендації щодо її реалізації. Отримані висновки можуть бути корисними для керівників підприємств, бухгалтерів і фахівців у сфері управління, які прагнуть оптимізувати витрати і підвищити ефективність діяльності своїх підприємств.

**Ключові слова:** облікова політика, витрати на збут, управління витратами, фінансова звітність, оптимізація.

## ABSTRACT

**Romaniuk O. M. Accounting policy of the enterprise in the system of sales cost management of costs for sales.** – Qualification work on manuscript rights.

Qualification work for obtaining a master's degree in specialty 071 "Accounting and taxation". – Polissia National University, Zhytomyr, 2024.

The paper explores the role of accounting policy as an important tool for effective management of sales costs. In the context of a constantly changing economic environment and the need to increase the competitiveness of enterprises, accounting policy is the basis for the formation of reliable financial information that is necessary for making management decisions.

The results of the study emphasize the importance of improving accounting policies in the context of managing sales costs and provide practical recommendations for their implementation. The findings may be useful for business managers, accountants and management professionals seeking to optimize costs and increase the efficiency of their enterprises.

**Keywords:** accounting policy, sales costs, cost management, financial reporting, optimization.

## ЗМІСТ

ВСТУП	5
Розділ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ЗБУТ ПІДПРИЄМСТВ	8
1.1. Сутність облікової політики, принципи та проблеми її формування на підприємствах	8
1.2. Економічна сутність витрат на збут та їх класифікація	14
1.3. Особливості ведення бізнесу та економічний стан торговельних підприємств	18
Розділ 2. ОБЛІКОВА ПОЛІТИКА В СИСТЕМІ ОБЛІКОВО-КОНТРОЛЬНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИТРАТ НА ЗБУТ	23
2.1. Особливості розробки облікової політики на підприємстві	23
2.2. Організація обліку витрат на збут	27
2.3. Аналіз та аудит витрат на збут як інструменти ефективного управління підприємством	30
Розділ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ	39
3.1. Моделювання облікової політики згідно вимог МСФЗ	39
3.2. Удосконалення положень облікової політики щодо витрат на збут	43
ВИСНОВКИ	46
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	48
ДОДАТКИ	52

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** Сучасні умови ведення бізнесу характеризуються посиленням конкуренції, динамічними змінами ринкового середовища та зростанням вимог до управління фінансовими ресурсами. У таких умовах ефективне управління витратами на збут стає одним із ключових факторів забезпечення рентабельності та конкурентоспроможності підприємств. Збутова діяльність безпосередньо впливає на формування доходів підприємства, тому обґрунтоване та раціональне управління витратами на збут набуває особливого значення.

Облікова політика як інструмент управління є основою для формування достовірної інформації про витрати на збут, що необхідна для прийняття стратегічних і тактичних рішень. Водночас адаптація облікової політики до вимог сучасного бізнес-середовища та МСФЗ дозволяє підвищити прозорість обліку, забезпечити довіру інвесторів і партнерів, а також оптимізувати витрати підприємства.

Актуальність теми дослідження полягає у необхідності розробки теоретичних і практичних рекомендацій щодо вдосконалення облікової політики підприємств у сфері витрат на збут, що дозволить забезпечити ефективне управління витратами, оптимізувати ресурси та сприяти підвищенню фінансової стабільності підприємств у довгостроковій перспективі. Таким чином, облікова політика в системі управління витратами на збут є важливим елементом стратегії розвитку сучасного підприємства, що підкреслює актуальність обраної теми дослідження.

**Аналіз останніх досліджень.** Проблема формування облікової політики торговельних підприємств залишається недостатньо вивченою у наукових дослідженнях з бухгалтерського обліку. Значний внесок у розробку теоретико-методичних основ облікової політики зробили як вітчизняні, так і зарубіжні науковці-економісти, зокрема: Н. В. Гавришко, О. П. Левченко, Мулик Т. О. та Мулик Я. І., Чернін О. Я., Шмигель О. Є. та інші.

Попри значущість отриманих результатів у дослідженні теоретичних аспектів організації облікової політики, встановлено, що цілісна система облікової політики для окремих суб'єктів господарювання все ще перебуває на етапі формування. У зв'язку з цим є доцільним подальше вдосконалення окремих елементів і етапів облікової політики, особливо для торговельних підприємств, які відіграють важливу роль у механізмі національної економіки України.

**Мета і завдання дослідження:** *Метою* роботи є дослідження теоретичних та організаційно-методичних основ облікової політики, яка є важливою складовою обліково-аналітичного забезпечення підприємства в системі управління витратами на збут та його господарської діяльності. Окрім цього, передбачається розробка рекомендацій щодо вдосконалення цієї політики.

Досягнення поставленої мети в роботі були виконані такі *завдання*:

- розкрити сутність та класифікацію облікової політики, визначити її принципи та виявити проблеми формування на підприємствах;
- вивчити економічну сутність витрат на збут, проаналізувати їх класифікацію за різними критеріями;
- оцінити особливості ведення бізнесу підприємств і дослідити економічний стан суб'єктів господарювання;
- дослідити особливості розробки облікової політики з урахуванням специфіки діяльності підприємств;
- проаналізувати організацію обліку витрат на збут і визначити шляхи її вдосконалення;
- розглянути інструменти аналізу та аудиту витрат на збут як складових ефективного управління підприємством;
- сформулювати модель облікової політики відповідно до вимог МСФЗ;
- розробити заходи для вдосконалення положень облікової політики щодо витрат на збут з метою підвищення ефективності управління ними.

*Предметом дослідження* є сукупність теоретико-методичних засад щодо формування облікової політики підприємства в системі управління витратами на збут.

*Об'єктом дослідження є облікова політика підприємства в системі управління витратами на збут ТОВ «ТС ПЛЮС».*

**Методи дослідження.** При виконанні кваліфікаційної роботи та виконання поставлених завдань було застосовано такі методи дослідження: економічний і графічний аналіз, метод порівняння, а також узагальнення.

Теоретичною та методичною основою випускної кваліфікаційної роботи є чинні законодавчі акти та нормативно-правові документи, що регламентують діяльність досліджуваного підприємства та порядок його обліку. Ця основа також включає наукові джерела, такі як монографії, наукові статті та доповіді українських і зарубіжних вчених, які розглядають питання формування облікової політики та облік витрат на збут, а також матеріали науково-практичних конференцій та семінарів. Серед джерел також є офіційні документи, що включають нормативні акти України й інших країн у сфері обліку, аналізу і аудиту витрат на збут.

**Практичне значення одержаних результатів** полягає в можливості впровадження розроблених рекомендацій щодо формування ефективної облікової політики, яка сприятиме оптимізації витрат на збут шляхом точного обліку та аналізу витратних статей, що дозволить виявити резерви для зниження витрат без втрати якості збутових процесів.

**Апробація результатів кваліфікаційної роботи.** Основні аспекти наукового дослідження були презентовані, обговорені та отримали позитивну оцінку на: II Міжнародній науково-практичній конференції «Технології та суспільство: взаємодія, вплив, трансформація» (26 липня 2024 р., м. Львів); X Всеукраїнській науково-практичній інтернет-конференції з нагоди 30-річчя заснування кафедри фінансів і кредиту «Фінансові інструменти регіонального розвитку» (24 жовтня 2024 р., Житомир); III Міжнародній науково-практичній конференції «Роль бухгалтерського обліку, аудиту та податкової політики у розбудові незалежної України на шляху до Європейського Союзу» (7-8 листопада 2024 р., Житомир).

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ЗБУТ ПІДПРИЄМСТВ

### **1.1. Сутність облікової політики, принципи та проблеми її формування на підприємствах**

Облікова політика підприємства – це сукупність принципів, методів і процедур, які підприємство обирає та застосовує для ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності відповідно до чинних нормативних вимог. Вона визначає, як будуть оцінюватися активи, формуватися витрати, визнаватися доходи та обчислюватися фінансові результати.

Облікова політика виступає основним стандартом (спеціальним внутрішнім документом), що вимагає ретельного та професійного оформлення. Вона є важливою складовою загального механізму управління господарською діяльністю підприємства, при цьому дотримання її вимог є обов'язковим.

Основною метою вивчення облікової політики для бухгалтерського обліку підприємства є своєчасне виявлення та усунення недоліків у фінансовій діяльності, а також виявлення резервів для покращення фінансового стану й платоспроможності підприємства шляхом оптимізації процесів ведення бухгалтерського обліку [38].

Формування облікової політики будь-якого підприємства, включаючи і торгівельні підприємства, є важливою і відповідальною процедурою, що суттєво впливає на підготовку та подання фінансової звітності.

Ця процедура визначає основні принципи, методи та правила ведення обліку, що забезпечують точність і достовірність фінансової інформації. У контексті торгівельних підприємств, облікова політика повинна бути адаптована до специфіки їх діяльності, що включає облік запасів, витрат на обслуговування клієнтів, та управління фінансовими потоками.



Правильно розроблена облікова політика сприяє не лише ефективному плануванню і контролю ресурсів, а й забезпечує прозорість фінансових звітів. Це, в свою чергу, підвищує довіру з боку інвесторів, кредиторів та інших зацікавлених сторін, надаючи їм змогу здійснювати більш обґрунтовані рішення щодо співпраці з підприємством.

Крім того, своєчасне оновлення облікової політики дозволяє підприємствам відповідати на зміни у законодавчому середовищі, ринкових умовах та технологічних нововведеннях. Це є важливим для забезпечення стабільності та адаптивності підприємства в умовах динамічного ринку.

Загалом, формування ефективної облікової політики є запорукою не лише успішної фінансової діяльності, але й забезпечення стратегічного розвитку торговельних підприємств в умовах сучасних викликів.

Облікова політика є основним елементом МСБО 1 «Подання фінансової звітності» [19]. Стандарт визначає основні вимоги до ведення бухгалтерського обліку, які необхідно дотримуватися під час підготовки фінансової звітності – метод нарахування, безперервність діяльності, суттєвість та агрегування, взаємозалік, послідовність у поданні та порівнянність інформації

Процес формування облікової політики, а також відображення її змін та змін оцінки у міжнародній практиці регулюється МСБО 8 «Облікова політика, зміни у бухгалтерських оцінках та помилки». За цим стандартом, облікова політика підприємства охоплює конкретні принципи, основи, загальноприйняті умови, правила та практичні підходи, що застосовуються під час підготовки та подання фінансової звітності [18].

Облікову політику науковець П. Житний характеризує як «сукупність прийомів ведення бухгалтерського обліку, тоді як облікова система є своєрідним механізмом підготовки та відображення інформації про фінансово-майновий стан підприємства. Завдяки цій інформації внутрішні та зовнішні користувачі можуть отримати чітке уявлення про реальний стан справ підприємства» [11].

Оліховський В. стверджує, що облікова політика є ефективним методом податкового планування, важливим інструментом для управління розмірами податків, що сплачуються підприємством [24].

На думку Шмигель О. [39] облікова політика представляє собою вибрану та оптимізовану відповідно до специфіки галузевої діяльності підприємства методологію бухгалтерського обліку, що враховує та дотримується усіх встановлених норм і вимог. Вона націлена на досягнення стратегічних цілей і тактичних завдань підприємства. Основною метою облікової політики є створення ефективної системи управління підприємством та формування якісної фінансової звітності.

Значення облікової політики підприємства виявляється через її функції. Функції облікової політики торговельного підприємства мають специфічний характер, оскільки вони відображають особливості торговельної діяльності. Ось основні функції, які виконуються в рамках облікової політики торговельного підприємства (табл. 1.1)

*Таблиця 1.1*

**Функції облікової політики торговельного підприємства**

Функції	Змістове наповнення
Регуляторна	Облікова політика торговельного підприємства визначає правила і процедури, що забезпечують дотримання законодавства, стандартів обліку та вимог нормативних документів у сфері торгівлі.
Організаційна	Передбачає структурування процесів обліку, включаючи документообіг, визначення відповідальності співробітників, а також організацію роботи бухгалтерії для досягнення ефективності в управлінні обліком.
Управлінська	Облікова політика забезпечує функціонування системи управлінського обліку, що дозволяє отримувати необхідну інформацію для прийняття обґрунтованих управлінських рішень стосовно асортименту товарів, цінової політики, запасів тощо.
Контрольна	Завдяки обліковій політиці торговельного підприємства проводиться контроль за якістю облікових записів, достовірністю фінансових звітів та відповідністю обліку фактичному стану справ.
Інформаційна	Облікова політика формує систему, що забезпечує своєчасне і якісне складання фінансової та управлінської звітності, яка є основою для аналізу результатів діяльності торговельного підприємства.
Адаптаційна	Облікова політика повинна адаптуватися до змін у ринкових умовах, таких як зміни в законодавстві, зміни в конкуренції або вимоги споживачів, забезпечуючи комплексний підхід до управління обліком.

Функції	Змістовне наповнення
Оцінювальна	Полягає у визначенні методології оцінки товарів, запасів, витрат і доходів, що є критично важливим для розуміння фінансового стану підприємства та планування його розвитку.

*Джерело: сформовано автором*

Ці функції сприяють успішному управлінню торговельним підприємством, забезпечуючи якісну інформацію для аналізу та планування, а також контроль за фінансовими операціями та їх відображенням в обліку.

Формування облікової політики торговельного підприємства є важливим процесом, що забезпечує ефективну організацію бухгалтерського обліку та звітності. Основні етапи, а також відповідні принципи формування облікової політики, можна описати наступним чином.

Основні етапи формування облікової політики ілюструє рис. 1.1.

Етапи та принципи забезпечують якісне формування облікової політики, що сприяє ефективному управлінню обліком та фінансовою звітністю торговельного підприємства.

Серед недоліків формування облікової політики підприємств на сучасному етапі, згідно з Левченко О. П., можна виділити такі [15]:

- деякі підприємства складають наказ про облікову політику формально, без належного обґрунтування елементів та дублюючи окремі пункти нормативних документів;
- більшість підприємств визначили свою облікову політику ще на початку реформування бухгалтерського обліку, одночасно з набранням чинності Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», і з того часу до наказів не вносилися жодні зміни, незважаючи на затвердження нових НП(С)БО та оновлення існуючих;
- зміст більшості наказів про облікову політику не має структури;
- деякі питання, пов'язані з формуванням облікової політики окремих об'єктів, висвітлені не повністю або взагалі не згадуються;



Рис. 1.1. Етапи формування облікової політики

Джерело: сформовано автором

## Принципи формування облікової політики (рис. 1.2).

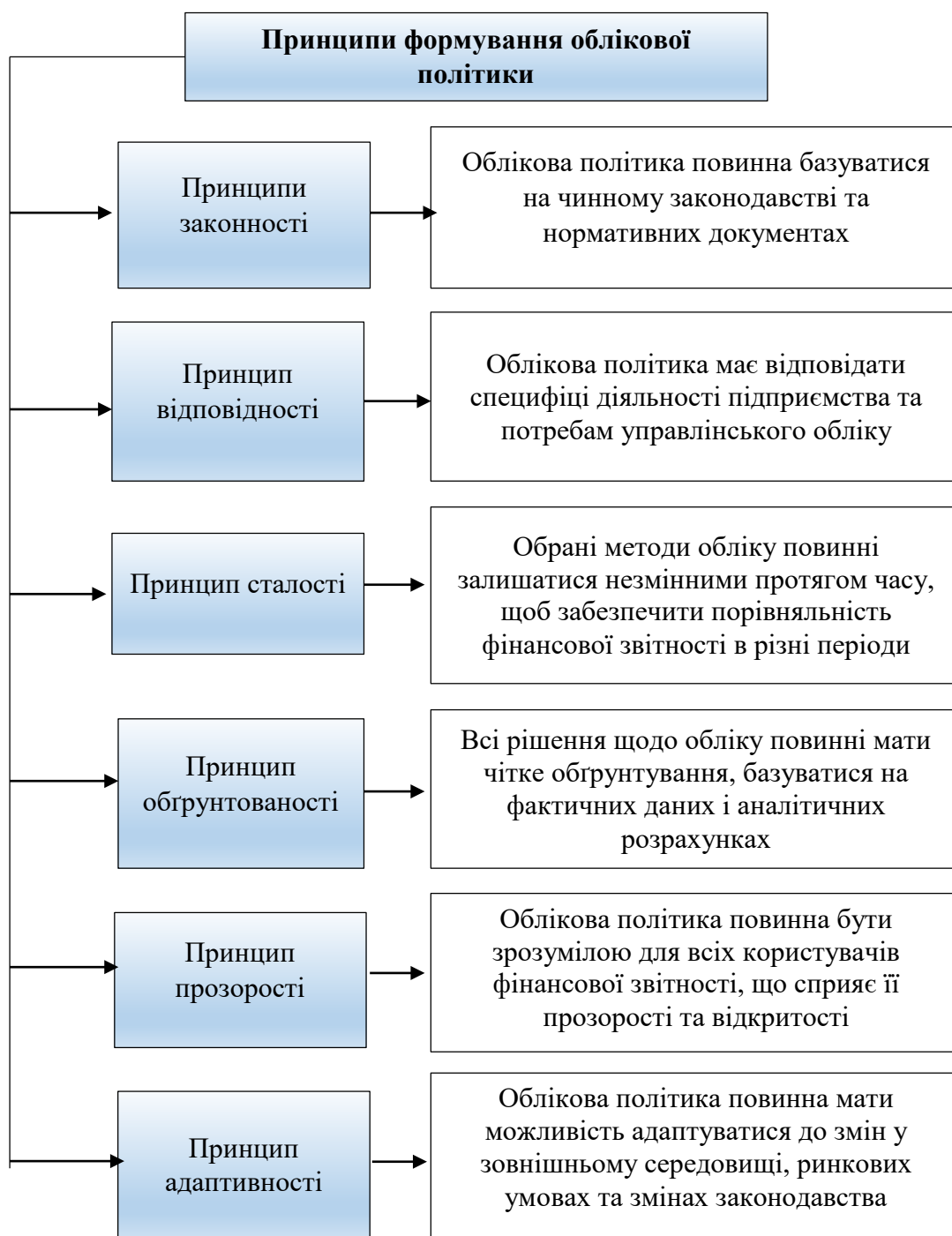


Рис. 1.2. Принципи формування облікової політики

Джерело: сформовано автором

– не розробляється облікова політика, що стосується організаційно-технічних аспектів обліку, зокрема не наведено робочий план рахунків, графік документообігу та перелік облікових реєстрів, що використовуються в підприємстві;

– не створюється облікова політика для управлінського обліку

Таким чином, облікова політика – це основа системи бухгалтерського обліку, яка впливає на якість фінансової звітності та прийняття управлінських рішень. Формування облікової політики потребує ретельного аналізу специфіки підприємства, дотримання законодавчих вимог і врахування сучасних економічних викликів. Її ефективне застосування сприяє забезпеченню прозорості діяльності підприємства та підвищенню довіри з боку зацікавлених сторін.

## **1.2. Економічна сутність витрат на збут та їх класифікація**

У сучасних умовах інтеграційних процесів питання збуту продукції залишається надзвичайно актуальним. Збутова діяльність є важливим показником зміцнення позицій підприємства на ринку, а також необхідною умовою для збільшення обсягів реалізації і покращення процесу збуту. Ефективність виробництва, конкурентоспроможність продукції та рівень задоволення потреб споживачів все більше залежать від цінкових та якісних характеристик товарів, шляхів їх транспортування, а також комунікаційних навичок партнерів [12].

Витрати на збут підприємства – це економічні витрати, пов'язані з реалізацією готової продукції, виконанням робіт чи наданням послуг. Ці витрати виникають на етапі після виробництва і спрямовані на забезпечення збуту продукції, тобто вони включають всі витрати, необхідні для просування товарів на ринок, їх транспортування, зберігання, рекламу та стимулювання продажів.

Основні елементи витрат на збут:

1. Транспортні витрати – витрати на доставку продукції до покупця, включаючи оплату транспортних засобів, паливо, технічне обслуговування тощо.
2. Витрати на зберігання – витрати на утримання складів і логістичних центрів, охорону товарів, страхування, підтримку відповідного рівня запасів.
3. Витрати на упаковку – витрати на матеріали та процес упаковки, що підвищують привабливість і збереження товарів.
4. Рекламні та маркетингові витрати – витрати на рекламу, просування, заходи зі стимулювання попиту, PR-кампанії.

5. Витрати на оплату праці – заробітна плата співробітників відділу збуту, представників з продажів, маркетологів тощо.

6. Адміністративні витрати – витрати, пов'язані з управлінням процесом збуту, наприклад, витрати на офісне обладнання, комунальні послуги для відділів збуту.

Економічно витрати на збут відображають фінансові ресурси, які підприємство вкладає в збільшення обсягів продажів і покращення своєї ринкової позиції. Це необхідна частина діяльності для підтримки конкурентоспроможності, розширення ринкової частки та створення позитивного іміджу бренду. Збитковість витрат на збут може негативно позначатися на рентабельності підприємства, але грамотний розподіл цих витрат може суттєво підвищити ефективність продажів і, як наслідок, прибуток.

Для підприємства важливо оптимізувати витрати на збут і розумно інвестувати в ті напрямки, які найбільше сприятимуть залученню клієнтів та збільшенню обсягів реалізації.

Згідно з п. 19 НП(С)БО 16 «Витрати» [22], до витрат на збут відносять витрати, що пов'язані з реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг). Ці витрати включають, зокрема, наступні елементи (рис. 1.3).



Рис. 1.3. Класифікація витрат на збут

Науковиця Шиманська А. пропонує класифікувати витрати на збут, виділяючи такі їх групи:

1. Основні витрати на збут, до яких належать витрати на управління збутовими процесами.
2. Додаткові витрати на збут, що включають витрати на складування продукції, затарювання та упаковку, а також транспортування.
3. Витрати на маркетинг, які охоплюють витрати на організацію та проведення маркетингових досліджень, розробку й впровадження нових або модифікованих продуктів, формування попиту, стимулювання збуту та інші маркетингові витрати [37, с. 27].

На думку Гавришко Н. В. [6], витрати на збут можна класифікувати за економічним змістом на такі категорії: а) додаткові витрати – пов'язані з продовженням виробничого процесу в сфері збуту, до яких належать витрати на транспортування, зберігання продукції, сортування, комплектування та упаковку; б) чисті витрати – зумовлені процесами реалізації продукції, проведенням угод купівлі-продажу та змінами у формах вартості. До них входять витрати на укладання договорів, обслуговування угод купівлі-продажу, а також управління збутовою діяльністю.

Маркетинг і збут являють собою області, в рамках яких доцільно організувати облік витрат за центрами їх виникнення та відповідальності, а також зовнішніми сегментами. Це дозволить керівникам різних рівнів управління оперативно приймати рішення і забезпечить посилений контроль над раціональним використанням коштів підприємства.

Вчений Сук Л. К. [32] пропонує таку класифікацію методів обліку витрат на збут (табл. 1.2). Згідно з міжнародними стандартами, витрати на сумнівні та безнадійні борги (формування резервів) необхідно враховувати як витрати на збут.

Таким чином, у сучасних умовах процес збуту продукції відіграє ключову роль у діяльності будь-якого підприємства, оскільки від того, як він організований, залежить фінансовий результат компанії.



## Методи обліку витрат на збут

Ознака класифікації	Групи витрат	Характеристика
1. За складом об'єктів обліку витрат на збут	аналітичні позиції	види продукції, технологічні процеси, окремі замовлення
	госпрозрахункові позиції	структурні підрозділи, центри відповідальності
2. За ступенем деталізації витрат на збут	елементи витрат	
	статті витрат	
3. За повнотою включення витрат на збут	повні витрати	
	обмежені витрати	
4. За величиною включення витрат на збут	реальні витрати	
	середні витрати	
	нормативні витрати	
5. За оперативністю і рівнем контролю за витратами на збут	нормативний метод	
	ненормативний метод	
6. За способом оцінки готової реалізованої продукції	за фактичною вартістю	
	за нормативною вартістю	
	за справедливою вартістю	
7. За відображенням витрат на збут в системі рахунків	інтегрований метод	
	автономний метод	

Збут продукції є найважливішою, хоча й заключною стадією кругообігу капіталу. Без ефективного збуту підприємство не матиме можливостей для закупівлі запасів, виробництва та інвестування.

Витрати на збут продукції входять до складу витрат, що формують повну собівартість продукції, призначеної для реалізації. Частка витрат на збут у загальному обсязі собівартості реалізованої продукції коливається від 1% до 5%, залежно від типу продукції, місця реалізації, угод і умов збуту [5].

Виходячи з викладеного, підприємство зобов'язане постійно планувати, вчасно облікувати та аналізувати витрати на збут продукції, а також належним чином контролювати їх. Це дозволить не тільки забезпечити ефективність збутової діяльності, а й оптимізувати витрати, що, у свою чергу, позитивно вплине на фінансові результати підприємства. Регулярний моніторинг витрат на збут допоможе своєчасно виявляти відхилення від плану, коригувати стратегії збуту та приймати обґрунтовані управлінські рішення.

### 1.3. Особливості ведення бізнесу та економічний стан торгівельних підприємств

Торгівельна діяльність України займає провідне місце в економічній системі, виконуючи ключову роль у забезпеченні економічної стабільності та зростання. Торгівля посилює інтеграцію України в глобальні ринки, відкриває нові можливості для експорту вітчизняної продукції, розширює інвестиційні можливості та сприяє загальному економічному зростанню.

Розвиток торгівлі не лише сприяє економічному зростанню, але й формує основу для стабільності та добробуту суспільства в цілому. У наведеній табл. 1.3 представлено основні показники роздрібної торгівлі в Україні за 2019-2023 роки.

Таблиця 1.3

#### Динаміка основних показників роздрібної торгівлі в Україні за період 2019-2023 рр.

Показники	Роки				
	2019	2020	2021	2022	2023
Роздрібний товарооборот підприємств роздрібної торгівлі (юридичних осіб), млн. грн	793479,2	868283,6	1044516,5	971141,6	1248028,3
Оборот роздрібної торгівлі, млн. грн	1094045,8	1201624	1443832,9	1396268,8	1855384,1
Індекс фізичного обсягу роздрібного товарообороту, у % до попереднього року	111,4	107,2	110,9	78,6	117,0

Аналіз динаміки основних показників роздрібної торгівлі в Україні за період 2019-2023 років (табл. 1.3) демонструє важливі тенденції розвитку цього сектора. У 2019-2021 роках спостерігалася стабільне зростання: товарообіг зріс із 793,5 млрд грн у 2019 році до 1 044,5 млрд грн у 2021 році. Ця позитивна динаміка відображає розвиток економіки та зростання споживчого попиту.

Однак у 2022 році відбулося помітне зниження товарообігу до 971,1 млрд грн, що, ймовірно, пов'язане з економічними труднощами та зниженням купівельної спроможності внаслідок воєнних дій. У 2023 році показник знову зріс до 1 248,0 млрд грн, досягнувши рекордного рівня за весь досліджуваний період.

Що стосується обороту роздрібно́ї торгівлі, то показник демонструє зростання з 1 094,0 млрд грн у 2019 році до 1 853,8 млрд грн у 2023 році. Особливо помітний приріст у 2023 році, що свідчить про поступове відновлення попиту та можливе зростання інфляції. Зниження обороту у 2022 році до 1 396,3 млрд грн можна пояснити воєнними викликами, що знизили рівень активності на ринку роздрібно́ї торгівлі.

І в кінцевому результаті розглянемо індекс фізичного обсягу роздрібно́го товарообороту, який показує зростання у період з 2019 до 2021 року. У 2023 році індекс зріс до 117 %, що є ознакою відновлення реального попиту та певної стабілізації ринку роздрібно́ї торгівлі.

Таким чином, у період 2019-2021 років спостерігалось стабільне зростання показників роздрібно́ї торгівлі, яке було перервано у 2022 році через вплив воєнних дій. Однак уже у 2023 році показники знову демонструють позитивну динаміку, що свідчить про поступове відновлення сектора. Така динаміка свідчить про адаптивність і стійкість ринку роздрібно́ї торгівлі в Україні навіть в умовах кризи, коли зовнішні виклики та нестабільність змушують бізнес шукати нові підходи для задоволення попиту. Прогнозовано, що у майбутньому позитивні тенденції продовжуватимуться, підтримуючи розвиток економіки й посилюючи її стійкість.

Сучасна торгівельна діяльність відіграє ключову роль у розвитку країни, забезпечуючи населення товарами і послугами, а також сприяючи економічному зростанню. В умовах глобалізації та динамічних змін ринкової кон'юнктури, підприємства торгівлі стикаються з численними викликами, що вимагає від них адаптації та впровадження нових стратегій.

Проаналізуємо основні аспекти, які визначають успішність бізнесу в торгівлі, зокрема, сучасні тенденції, стратегії управління та інноваційні підходи, що сприяють підвищенню конкурентоспроможності підприємств (рис. 1.4).

Отже, ведення бізнесу у сфері торгівлі має свої особливості, що зумовлені змінами в споживчих потребах, технологічними інноваціями та коливаннями економічної ситуації.

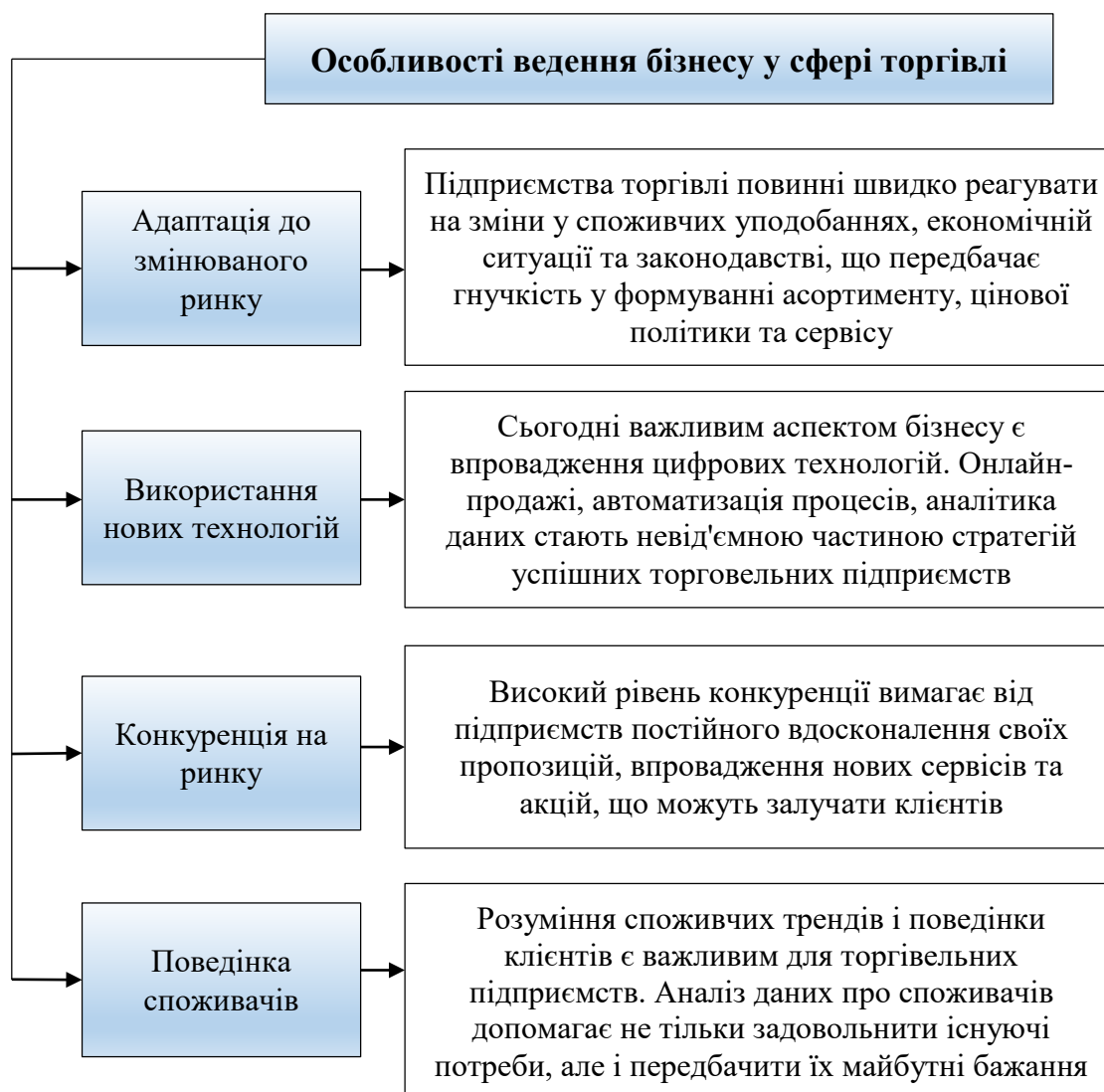


Рис. 1.4. Особливості ведення бізнесу в торговельному секторі

Джерело: узагальнено автором

Економічний стан торговельних підприємств залежить від їх здатності адаптуватися до цих змін і реалізувати ефективні стратегії. Для досягнення успіху підприємствам важливо скористатися новими можливостями та тримати курс на інновації.

«Торговельні підприємства є невід'ємною частиною ринкової інфраструктури, виконуючи роль посередників між виробниками та споживачами, а також забезпечуючи поставки товарів і послуг» [2].

Об'єктом дослідження є ТОВ «ТС ПЛЮС», яке здійснює діяльність у сферах: роздрібно́ї торгівлі (зокрема, національна мережа WINETIME), дистрибуції та HoReCa, а також виконує функції імпортера [33].

Зважаючи на важливість аналізу економічних показників для оцінки ефективності діяльності підприємства, наступним кроком буде здійснення оцінки результатів господарської діяльності ТОВ «ТС ПЛЮС» за 2021-2023 рр. Це дозволить зрозуміти економічну динаміку підприємства, його фінансові досягнення, а також виявити можливі напрямки для подальшого удосконалення і оптимізації бізнес-процесів. Розглянемо фінансові показники та їх вплив на загальну діяльність підприємства (табл. 1.4).

Аналіз результатів господарської діяльності ТОВ «ТС ПЛЮС» за 2021-2023 рр. відображає позитивну динаміку основних фінансових показників, попри певні коливання окремих витрат і доходів. Чистий дохід від реалізації продукції за три роки збільшився з 1 427 149 тис. грн у 2021 році до 2 010 300 тис. грн у 2023 році, що свідчить про приріст на 583 151 тис. грн, або на 40,9%. Значне зростання вказує на збільшення обсягів реалізації та ефективне позиціонування продукції компанії на ринку.

Таблиця 1.4

Оцінка результатів господарської діяльності  
ТОВ «ТС ПЛЮС» за 2021-2023 рр., тис. грн.

Показники	Роки			Відхилення 2023 до 2021 рр.	
	2021	2022	2023	тис. грн.	%
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	1427149	1301511	2010300	583151	140,9
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	916433	757058	1198245	281812	130,8
Валовий: прибуток	510716	544453	812055	301339	159,0
Інші операційні доходи	43460	988	10302	-33158	23,7
Адміністративні витрати	42621	34198	57460	14839	134,8
Витрати на збут	387787	311106	525702	137915	135,6
Інші операційні витрати	79908	66406	86398	6490	108,1
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	43860	133731	152797	108937	348,4
Інші фінансові доходи	98	8905	86	-12	87,8
Інші доходи	12992	1885	5003	-7989	38,5
Інші витрати	11635	25282	3528	-8107	30,3
Чистий фінансовий результат: прибуток	7306	21962	41274	33968	564,9

Джерело: узагальнено автором

Собівартість реалізованої продукції при цьому зросла з 916 433 тис. грн у

2021 році до 1 198 245 тис. грн у 2023 році, що становить приріст на 281 812 тис. грн, або 30,8%. Незважаючи на збільшення собівартості, її приріст менший, ніж приріст доходу, що позитивно вплинуло на валовий прибуток. Валовий прибуток збільшився на 59,0% і досяг 812 055 тис. грн у 2023 році порівняно з 51716 тис. грн у 2021 році і свідчить про ефективний контроль над собівартістю продукції та зростання прибутковості компанії. Інші операційні доходи зменшилися на 33 158 тис. грн (на 76,3%), що вказує на значне скорочення надходжень з додаткових джерел. Це може бути зумовлено змінами в операційній діяльності компанії.

Щодо оцінки витрат діяльності підприємства, то адміністративні витрати збільшилися на 13 839 тис. грн, що становить зростання на 34,8%. Витрати на збут також зросли на 35,6%, досягнувши 525 702 тис. грн у 2023 році. Це свідчить про необхідність розширення адміністративних функцій і збільшення маркетингових зусиль для підтримки зростання обсягів реалізації.

В підсумку, можна відмітити, що фінансовий результат від операційної діяльності (прибуток) зріс з 43 860 тис. грн у 2021 році до 152 797 тис. грн у 2023 році, що становить приріст на 108 937 тис. грн або у 2,5 рази. Це значне зростання відображає покращення операційної ефективності компанії. Чистий фінансовий результат (прибуток) показав зростання на 33 968 тис. грн (564,9%), досягнувши 41 274 тис. грн у 2023 році порівняно з 7 306 тис. грн у 2021 році. Це свідчить про значне зростання фінансової стабільності компанії та поліпшення загальної прибутковості.

ТОВ «ТС ПЛЮС» показало суттєве зростання за основними показниками діяльності за аналізований період. Збільшення доходів і покращення фінансових результатів, попри певні зменшення додаткових операційних доходів та зростання витрат, свідчать про стабільний розвиток і ефективне управління витратами.

В підсумку, в умовах сучасного господарювання торговельний сектор поступово переходить до інноваційної моделі розвитку, що є необхідною для створення оптимальних умов для істотного зростання ефективності використання науково-технічного потенціалу та вдосконалення організаційно-функціональної структури торговельної галузі відповідно до вимог ринку.

## Розділ 2

# ОБЛІКОВА ПОЛІТИКА В СИСТЕМІ ОБЛІКОВО-КОНТРОЛЬНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИТРАТ НА ЗБУТ

### 2.1. Особливості розробки облікової політики на підприємстві

Для прийняття ефективних управлінських рішень необхідно мати потужну інформаційну базу, яка стане основою для таких задач. Ключовою складовою інформаційного забезпечення керівництва є облікова інформація. Отже, важливим аспектом управління підприємством є створення оптимальної облікової політики, що дозволить забезпечити повне і достовірне формування облікових даних.

Згідно з Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [29], облікова політика визначається як сукупність принципів, методів і процедур, які підприємство застосовує для ведення бухгалтерського обліку, а також для складання та подання фінансової звітності.

При формуванні облікової політики у торговельних підприємствах необхідно враховувати такі особливості [38]:

1. Облік товарів. У сфері оптової торгівлі товари вважаються частиною матеріально-виробничих запасів і обліковуються виключно за їх вартістю придбання. Оптові торговельні підприємства реєструють товари за купівельними цінами. Існує два основних методи обліку:

– за фактичною собівартістю: по собівартості кожної одиниці, по середній собівартості або за собівартістю перших товарів, що надійшли – метод ФІФО. В обліковій політиці необхідно закріпити один з цих способів для кожної групи (виду) товарів. Метод обліку за собівартістю кожної одиниці використовується досить рідко, оскільки зазвичай стосується товарів із унікальними характеристиками.

– за обліковими цінами. Торговельні підприємства мають можливість обирати та закріплювати в своїй обліковій політиці метод обліку товарів за обліковими цінами, застосовуючи рахунок 28 та відповідні субрахунки. Цей варіант є доцільним, коли в одній номенклатурі товару є декілька постачальників

із різними цінами, а зберігання товару не розділяється. У випадку значних відхилень облікових цін від ринкових, їх варто переглядати, при цьому такі відхилення не повинні перевищувати 10%.

2. Транспортні витрати. В залежності від того, чи включає оптове підприємство транспортно-заготівельні витрати до собівартості товарів, чи обліковує їх окремо, ці витрати відображаються на субрахунках 281 «Товари на складі» або 289 «Транспортно-заготівельні витрати». У практиці оптової торгівлі виділяють два види транспортних витрат:

– витрати на транспортування товару від постачальників до оптового торговельного підприємства;

– витрати на транспортування товару від оптового торговельного підприємства до покупця.

У першому випадку йдеться про транспортно-заготівельні витрати. Для визначення частини цих витрат, що відносяться на реалізований товар, необхідно застосувати спеціальний розрахунок, який слід закріпити в обліковій політиці підприємства. У другому випадку транспортні витрати враховуються як витрати на продаж.

В умовах розвитку ринкового механізму неможливо жорстко регламентувати склад невиробничих витрат. У цьому контексті національні стандарти, що регулюють облік невиробничих витрат, пропонують лише загальні підходи до їх класифікації, що надає підприємствам можливість самостійно формувати склад та статті витрат. Відтак, визначення статей витрат і їх структури є важливим компонентом облікової політики [23].

Щодо витрат на збут, відповідно до чинного законодавства, що регулює фінансовий облік, вони не входять до виробничої собівартості і повністю списуються на фінансовий результат звітного періоду. Цей порядок знижує можливість використання облікової інформації для управління витратами, оскільки значна частина таких витрат безпосередньо пов'язана з конкретним продуктом і змінюється залежно від обсягів його виробництва та реалізації.



До даних витрат належать: більшість збутових витрат (витрати на пакувальні матеріали для упаковки готової продукції на складах, транспортно-експедиційні витрати, витрати на гарантійний ремонт, витрати на передпродажну підготовку); частково – маркетингові витрати (сервісне обслуговування, знижки, безкоштовне надання продукції для реклами, рекламні заходи для конкретного продукту); а також інші операційні витрати (витрати на дослідження та розробки конкретного продукту, визнані штрафи, пені та неустойки). Таким чином, для формування ефективної інформаційної бази управління витратами необхідно поділити невиробничі витрати на постійну та змінну частини. Тож, розмежування витрат на постійні та змінні є важливим аспектом облікової політики [23].

Відповідно до чинного законодавства України, витрати на збут відносяться до витрат періоду і повинні повністю списуватися на фінансовий результат. Таке списання всіх витрат періоду на фінансовий результат може призвести до порушення принципу відповідності доходів та витрат. Цей принцип, закріплений у Законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [29], вимагає, щоб для визначення фінансового результату звітного періоду були порівняні доходи, отримані за цей період, з витратами, понесеними для їх здобуття.

Значна частина невиробничих витрат, таких як реклама, маркетингові дослідження, наукові дослідження та розробки, передують отриманню доходів, пов'язаних із цими витратами. Водночас, витрати на гарантійний ремонт та сервісне обслуговування виконуються вже після отримання доходу від реалізації продукції. Для дотримання принципу відповідності доходів та витрат при обліку витрат на збут доцільно використовувати методика обліку витрат майбутніх періодів для тих витрат, які передують отриманню доходу, а також механізм створення резервів витрат для витрат, які виникають після отримання доходу. Отже, як зазначають науковці [23], важливим елементом облікової політики є механізм розподілу витрат на збут за звітними періодами.

Важливим завданням обліку витрат в умовах ринкової економіки є інформаційне забезпечення формування ефективної цінової політики

підприємства. Для обґрунтування ціни виробу важливо, щоб система обліку витрат передбачала їх ідентифікацію з конкретним видом продукції. Цей процес здійснюється через розподіл витрат на прямі та непрямі щодо продукції.

Діюча на сьогодні модель обліку витрат включає до складу собівартості лише виробничі витрати, тоді як невиробничі витрати повністю списуються на фінансовий результат звітного періоду. Такий підхід може обмежувати можливості точного управління витратами і формування цінової стратегії, оскільки невиробничі витрати часто мають пряме відношення до реалізації продукції і можуть впливати на її вартість.

Таким чином, показник повної собівартості, який є необхідним для обґрунтування цінової політики підприємства, формується виключно в рамках внутрішньогосподарського обліку, який часто ведеться в позасистемному порядку. Це призводить до зниження аналітичності показника собівартості, сформованого на основі даних бухгалтерського обліку, і викривляє оцінку активів підприємства. В результаті ускладнюється процес прийняття управлінських рішень щодо ціни, адже відсутність об'єктивної та детальної інформації про повні витрати може призводити до хибних висновків і рішень.

У зв'язку з цим, при формуванні облікової моделі невиробничих витрат доцільно вести відокремлений облік прямих та непрямих витрат у складі невиробничих витрат. Це дозволяє більш точно аналізувати та контролювати витрати, пов'язані з діяльністю підприємства. Крім того, важливо включати невиробничі витрати, які можуть бути ідентифіковані з конкретним продуктом, до складу собівартості реалізованої продукції.

Такий підхід сприятиме кращому виявленню повної собівартості, дозволить підприємству більш адекватно формувати цінову політику, а також покращить точність фінансової звітності та управлінських рішень. Це забезпечить підприємству конкурентні переваги на ринку та підвищить ефективність його діяльності.

Таким чином, облікова політика відіграє ключову роль для торговельних підприємств, оскільки визначає ефективність їхньої господарської діяльності та

впливає на кінцеві результати. Варто зазначити, що без чітко сформованої та раціональної облікової політики сучасна бухгалтерія торговельного підприємства, а також створення інформаційної бази для прийняття обґрунтованих управлінських рішень є неможливими.

Розробка облікової політики в торговельних підприємствах спрямована на адаптацію облікової системи до потреб управлінського апарату. Організація бухгалтерського обліку в таких підприємствах базується на концепції облікової політики, яка забезпечує стабільне функціонування системи обліку й управління, сприяючи досягненню поставлених цілей.

## **2.2. Організація обліку витрат на збут**

Збут є завершальною стадією кругообігу капіталу і представляє собою підсистему господарської діяльності, що охоплює процес переміщення продукції від виробника до споживача (реалізацію). Основна мета збуту – задовольнити потреби споживача. Крім того, він включає управління рухом товарів та визначення фінансового результату, що формується в процесі створення нової вартості під час виробництва.

Збут продукції слід розглядати як динамічний процес переміщення товару на конкретному ринку, який може підтверджувати або спростовувати ефективність підприємницької діяльності та, відповідно, вказувати на конкурентоспроможність підприємства.

Витрати на збут обліковуються на синтетичному рахунку 93, який має таку ж назву. Оскільки до цього рахунку не передбачено субрахунків, кожне підприємство має можливість самостійно визначати перелік своїх субрахунків і вести аналітичний облік до кожного з них.

Ця гнучкість дозволяє організаціям адаптувати облік витрат на збут відповідно до специфіки своєї діяльності та управлінських потреб. Наприклад, підприємства можуть обрати деталізацію витрат за різними напрямками збуту, такими як витрати на рекламу, транспортування, оплату праці працівників відділу збуту, витрати на пакування і т.д.

Важливо також, щоб підприємства реалізували систематичний підхід до ведення аналітичного обліку, забезпечуючи коректне та своєчасне відображення всіх витрат на збут у фінансовій звітності. Це сприяє своєчасному аналізу витрат, контролю за їхнім використанням та формуванню ефективної стратегії управління витратами.

Додатково, підприємства можуть розробляти внутрішні процедури для оцінки і контролю витрат на збут, що допоможе оптимізувати процеси, зменшити витрати і підвищити конкурентоспроможність на ринку. Тому важливо, щоб усі працівники, залучені до обліку і управління витратами на збут, були ознайомлені з цими процедурами та нормами.

У результаті правильний облік витрат на збут є критично важливим для досягнення фінансової прозорості і прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

На дебетовій стороні рахунку відображається сума визнаних витрат на збут, у той час як на кредитній стороні – списання на рахунок 79 «Фінансові результати». Як уже зазначалося [4], до витрат на збут входять витрати на пакувальні матеріали, транспортування продукції та товарів відповідно до умов договору, витрати на маркетинг і рекламу, а також витрати на оплату праці й комісійні для продавців, торгових агентів і співробітників відділу збуту. Крім того, до цих витрат також відносяться амортизація, ремонт і утримання основних засобів і інших матеріальних необоротних активів, які використовуються для забезпечення збуту продукції, товарів, робіт і послуг.

Це дозволяє сформуванню відповідний перелік субрахунків до синтетичного рахунку 93 «Витрати на збут», який, на нашу думку, може мати такий вигляд:

- 931 – Витрати на пакувальні матеріали та ремонт тари;
- 932 – Оплата праці та комісійні винагороди працівникам сфери збуту;
- 933 – Витрати на передпродажну підготовку товарів, рекламу та дослідження ринку (маркетинг);
- 934 – Витрати на відрядження працівників, зайнятих збутом;
- 935 – Витрати на утримання необоротних активів у сфері збуту;

- 936 – Витрати на транспортування та страхування продукції;  
 937 – Витрати на гарантійний ремонт та гарантійне обслуговування;  
 938 – Витрати на внутрішньогосподарське транспортування продукції;  
 939 – Інші витрати у сфері збуту.

Такий підхід дозволяє ідентифікувати та аналізувати різні компоненти витрат на збут, що сприяє більш ефективному управлінню витратами підприємства.

Типова кореспонденція рахунків з обліку витрат на збут наведена у табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Кореспонденції рахунків по обліку витрат на збут

№ п/п	Зміст господарської операції	Кореспондуючі рахунки	
		Дебет	Кредит
1	Нараховано амортизацію по основних засобах торгівельного призначення	93 “Витрати на збут”	13 “Знос (амортизація) необоротних активів”
2	Віднесено до витрат на збут вартість пакувальних матеріалів	93 “Витрати на збут”	20 “Виробничі запаси”
3	Передано в експлуатацію малоцінні та швидкозношувані предмети торгівельного призначення	93 “Витрати на збут”	22 “Малоцінні та швидкозношувані предмети”
4	Витрати по відрядженню віднесено до витрат на збут	93 “Витрати на збут”	372 “Розрахунки з підзвітними особами”
5	Віднесено частину витрат майбутніх періодів до витрат на збут (оренда торгівельного приміщення)	93 “Витрати на збут”	39 “Витрати майбутніх періодів”
6	Проведено нарахування на заробітну плату працівників збуту до фонду забезпечення виплат відпусток	93 “Витрати на збут”	471 “Забезпечення виплат відпусток”
7	Проведено нарахування на заробітну плату працівників збуту до фондів соціального спрямування	93 “Витрати на збут”	65 “Розрахунки за страхуванням”
8	Нараховано заробітну плату працівникам збуту	93 “Витрати на збут”	66 “Розрахунки за виплатами працівникам”
9	Віднесено витрати по рекламі до витрат на збут	93 “Витрати на збут”	685 “Розрахунки з іншими кредиторами”
11	Списано витрати на збут на фінансові результати	791 “Результат операційної діяльності”	93 “Витрати на збут”

У бухгалтерії документами, що є підставою для визначення витрат на збут,

є:

- ✓ для амортизації – «Розрахунок амортизації основних засобів»;
- ✓ для малоцінних та швидкозношуваних предметів – «Акт на списання малоцінних та швидкозношуваних предметів»;
- ✓ для грошових коштів – «Видатковий касовий ордер» або виписка з банку;
- ✓ для витрат на відрядження – «Звіт про використання коштів, наданих на відрядження або під звіт»;
- ✓ для заробітної плати – «Табель обліку використання робочого часу» та відповідно складена на його основі «Розрахунково-платіжна відомість».

Щомісячне списання витрат на збут оформляється розрахунком (довідкою), підготовленою працівником бухгалтерії.

Для узагальненого обліку витрат на збут застосовується журнал-ордер №5 при журнально-ордерній формі обліку, а також розділ II Відомості 5-М при спрощеній формі обліку.

Отже, можна зробити висновок, що ряд аспектів, пов'язаних з витратами на збут та їх обліком, залишаються дискусійними та проблемними.

### **2.3. Аналіз та аудит витрат на збут як інструменти ефективного управління підприємством**

Аналіз витрат на збут необхідно проводити не ізольовано, а в рамках загального аналізу всіх витрат підприємства (витрат діяльності) та процесів виробничо-збутової або збутової діяльності. На нашу думку, основною метою такого аналізу є виявлення видів і напрямків непродуктивних витрат на збут, а також розробка заходів для їхнього мінімізації.

Джерелами інформації для аналізу витрат на збут є різноманітні документи, серед яких: договори з покупцями, товарно-транспортні та податкові накладні, приймальні квитанції, внутрішні накладні, звіти про продаж продукції, звіти про складські витрати, журнали, журнали-ордери, а також відомості аналітичного обліку щодо збуту (реалізації) готової продукції, товарів, товарно-матеріальних цінностей, робіт і послуг, а також Головна книга та інші фінансові документи.

Витрати на збут можна аналізувати з різних позицій, зокрема з точки зору оперативного, тактичного (поточного) та стратегічного аналізу. Оперативний аналіз передбачає вивчення витрат на збут за короткі проміжки часу (наприклад, зміна, день, доба, п'ятиденка, тиждень, декада або половина місяця). Це дозволяє миттєво виявляти непродуктивні витрати та оперативно ухвалювати управлінські рішення за кожним таким випадком.

Тактичний (поточний) аналіз здійснюється за середніми проміжками часу (звітний місяць, квартал, рік). Це дозволяє встановлювати суми непродуктивних витрат за довші періоди та формувати тактичні управлінські рішення на основі отриманих даних.

Стратегічний аналіз, в свою чергу, охоплює проекцію витрат на збут на тривалі перспективи (5-10 років) і призводить до ухвалення стратегічних управлінських рішень.

Під час проведення аналізу витрат на збут важливо врахувати такі аспекти:

- ✓ динаміка та структура витрат підприємства (витрат діяльності), зокрема витрат на збут, включаючи витрати, що не підлягають відшкодуванню покупцями (замовниками);
- ✓ сума та питома вага витрат на збут у загальній сумі витрат (повній собівартості реалізованої продукції);
- ✓ обсяги та структура витрат за напрямками збуту, покупцями (замовниками) і видами продукції, включаючи матеріальні витрати та витрати на відрядження працівників, зайнятих збутом;
- ✓ суми та структура витрат на оплату праці і комісійні винагороди працівникам сфери збуту;
- ✓ обсяги та структура складських витрат у цілому та по кожному складу окремо;
- ✓ обсяги і структура транспортних витрат, включаючи витрати, здійснені власним транспортом, а також витрати, що не відшкодовуються покупцями (замовниками);
- ✓ суми та структура страхових, митних і податкових платежів;

✓ обсяги та структура витрат на рекламу за її видами та способами розміщення;

✓ обсяги та структура маркетингових витрат.

Цей комплексний підхід дозволяє краще оцінити витрати на збут, виявити проблемні області та знайти шляхи для оптимізації витрат.

Витрати необхідно контролювати на постійній основі та вживати заходів для їх зменшення. Наприклад, розглянемо формування витрат підприємства в цілому в 2023 році з перспективою планування на 2025 рік для ТОВ «ТС ПЛЮС» (табл. 2.2 та рис. 2.1).

Аналіз витрат за ці роки дозволить виявити тенденції та зміни у структурі витрат, що може допомогти у прогнозуванні та оптимізації витрат на майбутнє. Коректне планування витрат забезпечить підприємству стабільність та конкурентоспроможність на ринку. Основні категорії витрат, які заслуговують на увагу, можуть включати виробничі витрати, витрати на збут, адміністративні витрати та інвестиційні витрати.

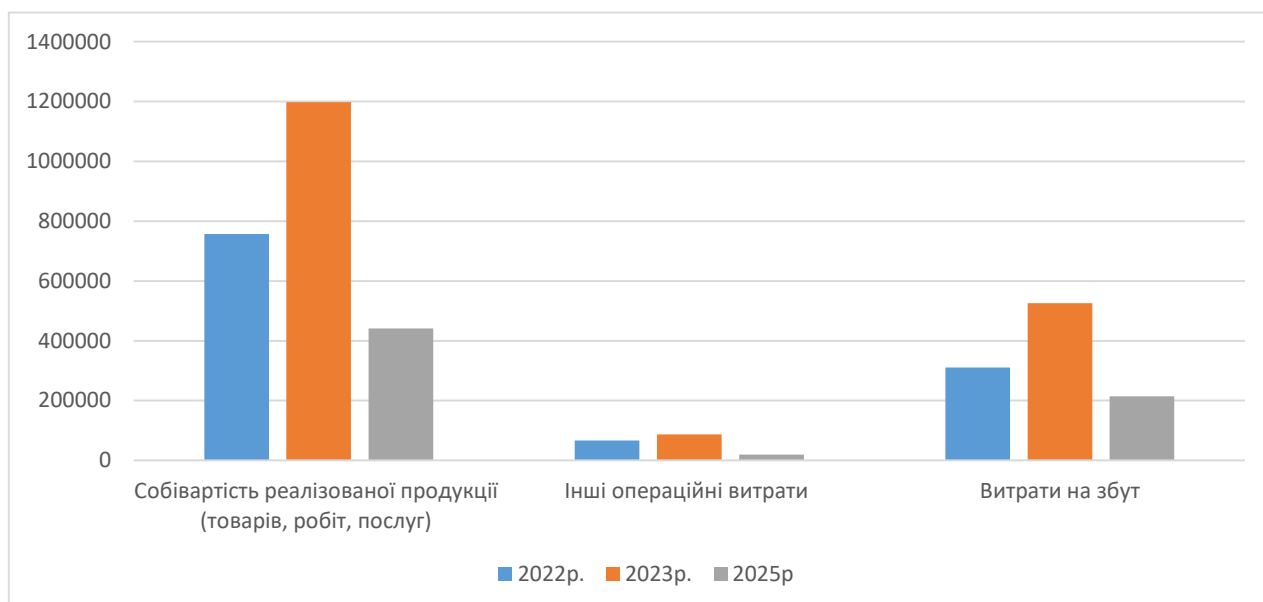
*Таблиця 2.2*

Оцінка витрат ТОВ «ТС ПЛЮС» за період 2022-2025 року

Стаття витрат	2022р.	2023р.	Відхилення (+/-) (тис грн)	2025р	Відхилення (+/-) 2025 р до 2022 р. (тис грн)
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	757 058	1 198 245	441 187	1 917 192	1 160 134
Інші операційні витрати	66 406	86 398	19 992	138 237	71 831
Витрати на збут	311 106	525 702	525 702	214 596	530 017

З даних таблиці видно, що всі витрати ТОВ «ТС ПЛЮС» мають тенденцію до збільшення протягом 2022-2025 років. З усіх статей витрат, собівартість реалізованої продукції є найбільш суттєвою, зростаючи майже на 153% з 2022 по 2025 рік. Інші операційні витрати також зростають, проте в меншому обсязі. Витрати на збут показують стабільне зростання кожного року.





*Рис. 2.1.* Динаміка витрат ТОВ «ТС ПЛЮС» за період 2022-2025 року

В цілому, аналіз відображає тенденцію до значного зростання витрат на всіх рівнях, що може вказувати на необхідність оптимізації витрат або підвищення ефективності діяльності компанії для підтримки конкурентоспроможності.

У зв'язку зі зростанням витрат на всіх рівнях, компанії, слід вжити ряд заходів для покращення фінансової стійкості та забезпечення довгострокового розвитку. Розглянемо кілька стратегій, які можуть допомогти в управлінні витратами:

1. Аналіз витрат та їх структури – необхідно провести детальний аналіз структури витрат, щоб виявити найбільш витратні статті. Зокрема, важливо зосередитися на собівартості продукції, витратах на збут і інших операційних витратах. Визначення джерел непродуктивних витрат дозволить знайти можливості для їх зменшення.

2. Оптимізація процесів – впровадження Lean-методів (методів управління безвідходним виробництвом) може сприяти усуненню втрат і підвищенню ефективності виробничих і управлінських процесів. Це зменшить витрати без погіршення якості продуктів чи послуг.

3. Покращення управління запасами – оптимізація управління запасами дозволить зменшити витрати на зберігання та обертання товарів. Використання технологій управління запасами, таких як ABC-аналіз та Just-in-time, може суттєво

підвищити ефективність.

4. Аналіз ринку та конкуренції – вивчення ринкових тенденцій і аналіз конкурентів можуть допомогти визначити адекватну цінову політику та виявити нові можливості для зниження витрат.

5. Інвестування в технології – впровадження нових технологій, автоматизація бізнес-процесів та використання інформаційних систем можуть суттєво підвищити продуктивність та знизити витрати на обслуговування.

6. Перегляд цінової політики – з урахуванням зростання витрат, компанії слід розглянути можливість коригування цін на свою продукцію чи послуги, щоб зберегти прибутковість.

Узагальнюючи, зростання витрат є сигналом для підприємства активізувати зусилля у покращенні ефективності витрат. Успішна реалізація рекомендованих заходів дозволить ТОВ «ТС ПЛЮС» зберегти конкурентоспроможність на ринку, підвищити прибутковість та забезпечити стабільний розвиток у майбутньому.

При проведенні витрат на збут значну роль відіграє аудит. Аудит – це метод господарського контролю, який здійснюється на добровільній основі відповідно до угоди між аудитором і підприємством-клієнтом. Він складається з комплексу методичних прийомів, які дозволяють аудитору оцінити достовірність звітності, точність обліку, а також їх повноту і відповідність чинному законодавству та установленим нормативам.

Метою аудиту витрат на збут виступає перевірка коректності даних, що стосуються акумуляції та списання цих витрат, а також оцінка їх повноти та своєчасності відображення у зведених документах і облікових реєстрах. Аудит також має на меті підтвердити достовірність обліку витрат на збут та його відповідність затвердженій обліковій політиці, а також правильність відображення інформації про діяльність підприємства у звітності. Зміст аудиторських послуг наведено на рис. 2.2



Рис. 2.2. Зміст аудиторських послуг із витрат на збут [36]

Послідовність здійснення аудиту витрат на збут включає такі етапи (табл. 2.3) [20].

Таблиця 2.3

### Послідовність аудиту витрат на збут

№ з/п	Зміст аудиторської перевірки
1	Ознайомлення з обліковою політикою підприємства щодо обліку витрат та витрат на збут
2	З'ясування порядку забезпеченості бухгалтерії чинними нормативними документами щодо обліку витрат на збут
3	Перевірка документального оформлення договорів про матеріальну відповідальність зі збереження наявності витрат на збут на підприємстві
4	Перевірка наявності картотеки витрат на збут за їх місцями
5	Аудит операції з руху витрат на збут
6	Аудит матеріалів переоцінки витрат на збут та відображення їх в обліку
7	З'ясування відповідності витрат на збут у регістрах бухгалтерського обліку та формах фінансової звітності

З даних табл. 2.3 видно, що першочерговій перевірці підлягає облікова політика підприємства. На думку провідних науковців, у наказі «Про облікову політику підприємства» щодо витрат, зокрема витрат на збут, повинна міститися інформація про визнання та класифікацію витрат, графік документообігу та форми внутрішніх документів, що стосуються витрат. А також має бути включений робочий план рахунків, що відображає витрати, процедури їх документування, ознаки включення об'єктів до складу витрат на збут, порядок розподілу витрат між різними об'єктами та бюджетування витрат.

Перевіряється також відповідність облікової політики чинному законодавству щодо витрат на збут, зокрема, доцільність використання тієї чи іншої форми організації обліку і її відповідність умовам функціонування господарюючого суб'єкта.

Під час проведення перевірки визначається, чи всі витрати на збут підприємства закріплені за матеріально відповідальними особами. Аудитор контролює наявність та правильність оформлення інвентарних карток обліку витрат на збут. У разі відсутності карток на певні об'єкти, аудитор може порадити менеджерам підприємства відновити аналітичний облік. Правильність даних про наявність та рух витрат на збут перевіряється шляхом порівняння сум, зазначених у інвентарних картках, з сумами, представленими в описі цих карток.

Особливій перевірці підлягає купівля підприємством різних видів продукції, товарів і сировини. У цьому процесі контролюються договори купівлі-продажу та фіксація операцій, пов'язаних із придбанням, а також їх відображення в обліку витрат на збут.

Наступним етапом є документальна перевірка інформації щодо витрат на збут, яка охоплює перевірку достовірності оформлення документації, доцільності вибуття та фіксації витрат у обліку, а також законності цих операцій.

Аудитору необхідно перевірити в документах такі дані:

– назву суб'єкта підприємницької діяльності, який видав відповідний документ;

- зміст і перелік всіх господарських операцій, на основі яких було складено документ;
- наявність і достовірність підписів відповідальних осіб;
- правильність зазначених сум у платіжних документах та їх відповідність сумам, відображеним у рахунках-фактурах;
- доцільність витрат на збут шляхом перевірки внутрішньої документації, затвердженої керівництвом, яка регламентує політику збутових витрат підприємства;
- точність перенесення даних про збутові витрати з первинних документів до консолідованої фінансової звітності;
- дотримання основних положень обліку тари на підприємствах, правильність і своєчасність документального відображення операцій із заготівлі, надходження та відпуску тари, а також обґрунтованість витрат на її ремонт;
- правильність включення до витрат нарахованої заробітної плати працівників, які займаються збутовою діяльністю;
- дотримання норм витрат на відрядження працівників, зайнятих у сфері збуту;
- правильність відображення сплачених штрафів, пені та неустойок;
- обґрунтованість списання витрат на утримання необоротних активів, пов'язаних із збутом, витрат на гарантійний ремонт, гарантійне обслуговування та інші витрати [3, с. 500-501].

Таким чином, на практиці аудит витрат на збут стикається з певними проблемами та недоліками, які потребують уваги. На наш погляд, їх можна вирішити шляхом впровадження певних змін і вдосконалень в процесі обліку та аудиту.

Серед можливих заходів для поліпшення можуть бути:

1. Оновлення облікової політики: Регулярний перегляд та оновлення облікової політики з урахуванням змін у законодавстві та ринкових умовах.

2. Автоматизація процесів: Впровадження сучасних інформаційних систем для автоматизації обліку витрат, що дозволить зменшити human error та полегшити контроль за витратами.

3. Навчання персоналу: Підвищення кваліфікації бухгалтерів і фахівців з обліку витрат на збут для забезпечення належного оформлення документів та відповідності нормам обліку.

4. Удосконалення внутрішньої документації: Розробка зрозумілої та детальної документації, що регламентує процеси витрат на збут.

5. Регулярні внутрішні перевірки: Проведення періодичних внутрішніх аудитів, які дозволять виявити недоліки на ранніх етапах і вжити відповідних заходів.

6. Співпраця з аудиторами: Налагодження тісної співпраці між внутрішніми аудиторами та зовнішніми фахівцями для забезпечення комплексного підходу до аудиту витрат.

Впровадження цих змін може сприяти підвищенню ефективності аудиту витрат на збут і поліпшенню фінансової звітності підприємства.

## РОЗДІЛ 3

### ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ

#### **3.1. Моделювання облікової політики згідно вимог МСФЗ**

Моделювання облікової політики підприємства відповідно до вимог МСФЗ є важливим кроком для забезпечення прозорості, зіставності та достовірності фінансової інформації. Це дозволяє підвищити рівень довіри з боку інвесторів і кредиторів, забезпечити кращу оцінку фінансового стану підприємства на міжнародному рівні.

Запровадження МСФЗ сприяє уніфікації облікових процедур та зменшенню ризиків нерегулярностей у фінансовій звітності. Воно також створює можливості для більш ефективного управління фінансовими ресурсами підприємства, дозволяючи аналітикам і керівництву приймати обґрунтовані рішення на основі достовірних і порівняльних даних.

Крім того, адаптація до МСФЗ відкриває для підприємства доступ до міжнародних ринків капіталу, спрощує ведення бізнесу з іноземними партнерами і підвищує загальну конкурентоспроможність на світовій арені. Зокрема, це передбачає вдосконалення облікових практик, упровадження нових технологій в облік та звітність, а також підвищення рівня кваліфікації працівників бухгалтерії.

Отже, моделювання облікової політики згідно з МСФЗ є вимогою часу, стратегічно обґрунтованим рішенням для розвитку підприємства в умовах глобалізації та постійних змін у фінансовому середовищі. Процес створення такої політики включає кілька ключових етапів:

#### **I. Аналіз специфіки діяльності підприємства**

Перед розробкою облікової політики потрібно вивчити види діяльності, які здійснює підприємство; визначити основні економічні операції; зрозуміти потреби стейкхолдерів (інвесторів, кредиторів, регуляторів тощо).

#### **II. Вибір облікових принципів згідно МСФЗ**

Ключові принципи МСФЗ, які повинні бути враховані: принцип нарахування (доходи та витрати визнаються в момент їх виникнення, а не в момент отримання або сплати коштів); принцип безперервності діяльності (припущення, що підприємство функціонуватиме в майбутньому); прозорість (облік повинен надавати правдиву інформацію про фінансовий стан і результати діяльності).

### III. Визначення основних положень облікової політики

#### *Приклади положень:*

Облік основних засобів: метод амортизації (прямолінійний, прискорений тощо); оцінка основних засобів після первісного визнання (за собівартістю або за переоціненою вартістю).

Облік запасів: метод списання (FIFO, середньозважена собівартість тощо).

Визнання доходів: відповідно до МСФЗ 15 «Дохід від договорів з клієнтами»; час та етапи визнання доходу.

Облік фінансових інструментів: застосування МСФЗ 9 для класифікації, оцінки та знецінення фінансових активів.

Оцінка зобов'язань: розподіл коротко- та довгострокових зобов'язань; Визнання резервів згідно з МСФЗ 37.

Облік оренди: застосування МСФЗ 16, якщо оренда класифікується як операційна чи фінансова.

### IV. Опис політики в офіційному документі

Облікова політика підприємства має бути зафіксована у внутрішньому регламентуючому документі. Типова структура такого документа включає:

- ✓ Загальні положення.
- ✓ Перелік основних облікових політик за категоріями активів, зобов'язань, доходів і витрат.
- ✓ Опис методів обліку.
- ✓ Особливі аспекти, якщо є галузеві стандарти.

### V. Узгодження політики із зовнішніми аудиторами

Щоб уникнути помилок, доцільно узгодити облікову політику з зовнішніми аудиторами, які проводять перевірку відповідності МСФЗ.



## VI. Періодичний перегляд облікової політики

Облікова політика повинна регулярно оновлюватися у разі:

- ✓ Зміни МСФЗ.
- ✓ Змін у законодавстві.
- ✓ Зміни обставин діяльності підприємства.

Моделювання облікової політики для витрат на збут торговельного підприємства відповідно до вимог МСФЗ включає розробку принципів визнання, оцінки та обліку цих витрат. Наведемо приклад ключових положень, які можуть бути включені до облікової політики.

Облікова політика для витрат на збут

### 1. Загальні положення

Мета: Забезпечення правильного та послідовного відображення витрат на збут, пов'язаних з основною діяльністю підприємства.

Нормативна база: Облік витрат на збут ведеться відповідно до МСФЗ 15 «Дохід від договорів з клієнтами» та МСФЗ 2 «Запаси» (якщо витрати безпосередньо пов'язані із запасами), а також МСБО 1 «Подання фінансової звітності» для класифікації операційних витрат.

### 2. Визнання витрат на збут

Витрати на збут визнаються у тому звітному періоді, коли вони фактично були здійснені, якщо:

- є ймовірність, що підприємство отримає економічні вигоди, які відповідають доходу;
- сума витрат може бути достовірно оцінена.

До витрат на збут належать:

- ✓ реклама та маркетинг – розміщення реклами в ЗМІ, витрати на розробку рекламних матеріалів;
- ✓ логістика та транспортування – витрати на доставку продукції до клієнтів;
- ✓ утримання торгових площ – оренда магазинів, складів, комунальні послуги;

✓ заробітна плата продавців та інших співробітників, пов'язаних зі збутом;

✓ витрати на пакування продукції.

### 3. Оцінка витрат на збут

Витрати на збут визнаються за їх історичною собівартістю, що включає всі суми, фактично понесені підприємством.

Якщо витрати підлягають розподілу (наприклад, транспортні витрати), вони розподіляються пропорційно до обсягу реалізованої продукції.

### 4. Облік витрат на збут

Класифікація витрат – всі витрати на збут класифікуються як операційні витрати та відображаються у звіті про прибутки та збитки у складі витрат на збут.

Синтетичний облік – облік витрат на збут ведеться на рахунку 93 «Витрати на збут». Наприклад:

- Реклама – рахунок 93.1.
- Транспортні витрати – рахунок 93.2.

Аналітичний облік – аналітика ведеться за видами витрат і напрямками реалізації.

### 5. Періодичність визнання

Витрати на збут відображаються у звітному періоді, у якому вони були понесені, незалежно від фактичної оплати (згідно з принципом нарахування).

### 6. Витрати на збут, які підлягають капіталізації

Деякі витрати на збут можуть бути капіталізовані (замість негайного списання на витрати), якщо вони безпосередньо пов'язані з розробкою або впровадженням довгострокових проєктів. *Наприклад:* Розробка бренду, якщо вона відповідає вимогам МСБО 38 "Нематеріальні активи".

### 7. Розкриття у фінансовій звітності

У примітках до фінансової звітності підприємство розкриває:

✓ основні категорії витрат на збут (реклама, логістика, утримання торгових точок тощо);

✓ методи визнання витрат;

- ✓ будь-які зміни в політиці, якщо вони вплинули на фінансові показники.

#### *Приклад формулювання політики*

«Витрати на збут торговельного підприємства визнаються як витрати періоду та включають витрати на рекламу, транспортування товарів клієнтам, утримання торгових точок та інші витрати, безпосередньо пов'язані з процесом реалізації продукції. Витрати обліковуються на рахунку 93, а їхній розподіл здійснюється за видами витрат. Усі витрати визнаються відповідно до принципу нарахування у тому періоді, коли вони виникають, незалежно від моменту оплати».

Моделювання облікової політики відповідно до МСФЗ – комплексний процес, який вимагає врахування специфіки діяльності компанії, міжнародних стандартів і особливостей бізнес-середовища. Правильно розроблена політика сприяє підвищенню прозорості звітності, залученню інвесторів і покращенню фінансових результатів компанії.

### **3.2. Удосконалення облікової політики підприємства у системі управління витратами на збут**

Облікова політика підприємства відіграє ключову роль у побудові ефективної системи управління витратами, особливо щодо витрат на збут. В умовах ринкової конкуренції та зростання вимог до управління фінансовими ресурсами підприємства повинні постійно вдосконалювати облікову політику для підвищення прозорості та контролю витрат.

Поточна облікова політика підприємств часто стикається з такими проблемами:

- ✓ недостатньо чітке визначення складу витрат на збут;
- ✓ відсутність механізмів поділу витрат на змінні та постійні;
- ✓ складнощі в розподілі непрямих витрат між сегментами збуту.

Розглянемо основні аспекти, які сприяють удосконаленню облікової політики для ефективного управління витратами на збут.

1. *Аналіз поточної облікової політики та оптимізація процесів обліку витрат на збут.* Важливо регулярно переглядати методи обліку витрат, адже застарілі моделі можуть призводити до неточностей. Оптимізація включає оновлення методів оцінки витрат і впровадження автоматизованих систем для кращого контролю та обліку.

2. *Розробка методів калькуляції витрат на збут.* Чітке визначення витрат за допомогою калькуляції (наприклад, Activity-Based Costing, або ABC) дозволяє з більшою точністю визначити витрати на кожний етап збуту. Використання методики ABC дозволяє розподіляти витрати відповідно до заходів, спрямованих на просування продукції, що підвищує достовірність розрахунків.

3. *Адаптація облікової політики до міжнародних стандартів.* У разі якщо підприємство орієнтується на міжнародні ринки або працює в умовах іноземного капіталу, необхідно адаптувати облікову політику до МСФЗ, що підвищить привабливість підприємства для інвесторів та спростить взаємодію з партнерами.

4. *Застосування інформаційних технологій.* Впровадження сучасних програмних засобів (ERP-систем, систем аналітики та управління витратами) допомагає в режимі реального часу відстежувати, аналізувати та оптимізувати витрати на збут. Завдяки цьому керівництво отримує точні дані, що сприяють швидкому прийняттю управлінських рішень.

5. *Формування бюджету витрат на збут.* Створення та аналіз бюджетів дозволяє ефективно планувати витрати на збут і контролювати їх виконання. Бюджетний контроль дозволяє своєчасно виявляти відхилення та проводити корегування.

6. *Застосування коефіцієнтного аналізу витрат.* Вдосконалення системи обліку через коефіцієнти та показники дозволяє оцінити ефективність витрат на збут та вплив кожного виду витрат на кінцевий результат. Це полегшує ідентифікацію факторів, що сприяють зниженню рентабельності, та сприяє прийняттю рішень, спрямованих на зменшення витрат.

Поліпшена облікова політика дозволяє підприємствам контролювати витрати на збут більш ретельно, зменшуючи ймовірність непотрібних витрат та

підвищуючи рентабельність. Вдосконалення облікової політики сприяє також підвищенню прозорості облікових операцій, що особливо важливо для компаній, які працюють у високо конкурентному середовищі або є частиною міжнародного ринку.

Вдосконалення облікової політики у сфері витрат на збут є важливим кроком для підвищення ефективності підприємства. Застосування сучасних методів аналізу та обліку дозволяє забезпечити точність фінансових показників, а також підвищити рівень конкурентоспроможності на ринку. Розвиток інформаційних технологій у сфері обліку сприяє швидкому доступу до даних, що допомагає здійснювати своєчасне управління витратами та робить компанію більш стабільною та привабливою для інвесторів.

## ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило детально проаналізувати ключові аспекти формування облікової політики підприємства в контексті управління витратами на збут. На основі вивчення теоретичних підходів, аналізу сучасної практики та виявлення проблемних питань у цій сфері було сформовано комплекс рекомендацій, спрямованих на вдосконалення облікових процесів.

З урахуванням отриманих результатів сформульовано такі висновки.

1. Аналіз літературних джерел засвідчив, що облікова політика підприємства – це сукупність принципів, методів та процедур, які забезпечують формування достовірної фінансової інформації. Основними проблемами її формування є вибір методів обліку, адаптація до нормативних вимог і врахування специфіки діяльності підприємства.

2. Витрати на збут охоплюють витрати, пов'язані з транспортуванням, маркетингом, рекламою, утриманням складів і персоналу. Вони класифікуються за економічними елементами, функціональним призначенням та залежністю від обсягів реалізації.

3. Особливості ведення бізнесу підприємств визначаються галузевими чинниками, розміром бізнесу та рівнем інтеграції у ринки збуту. Сучасний економічний стан підприємств часто ускладнює формування ефективної облікової політики через нестабільність ринкового середовища та обмеженість ресурсів.

4. Доведено, що ведення бізнесу у сфері торгівлі залежить від змін споживчих потреб, технологічних інновацій та економічної ситуації. Економічний стан підприємств визначається здатністю адаптуватися до цих змін і впроваджувати ефективні стратегії. Орієнтація на інновації та використання нових можливостей забезпечують конкурентоспроможність на динамічному ринку.

5. ТОВ «ТС ПЛЮС» продемонструвало значне зростання основних показників своєї діяльності в аналізованому періоді. Зростання доходів та поліпшення фінансових результатів, незважаючи на деяке зменшення додаткових операційних доходів та підвищення витрат, свідчать про стабільний розвиток компанії та ефективне управління витратами.

6. Розробка облікової політики повинна враховувати вимоги МСФЗ, зокрема принцип суттєвості, достовірності, єдності методології та врахування галузевих особливостей.

7. Обґрунтовано, що організація обліку витрат на збут передбачає створення прозорої системи обліку, яка забезпечує контроль за раціональним використанням ресурсів. Це сприяє підвищенню ефективності управлінських рішень і оптимізації витрат підприємства.

8. Аналіз і аудит витрат на збут дозволили оцінити ефективність їх використання та забезпечити прийняття обґрунтованих управлінських рішень. Встановлено, що витрати ТОВ «ТС ПЛЮС» мають тенденцію до зростання протягом досліджуваного періоду. Найбільшу частку займає собівартість реалізованої продукції, яка збільшується майже на 153% за вказаний період. Інші операційні витрати також демонструють зростання, хоча й менш суттєве. Витрати на збут характеризуються стабільним щорічним підвищенням, що свідчить про активізацію діяльності підприємства на ринку.

9. Розроблено модель облікової політики для витрат на збут торговельного підприємства відповідно до вимог МСФЗ, яка включає принципи визнання, оцінки та обліку таких витрат. Зокрема, визначено ключові положення, що можуть бути інтегровані до облікової політики, спрямовані на забезпечення прозорості, достовірності та відповідності фінансової звітності міжнародним стандартам.

10. Вдосконалення облікової політики у сфері витрат на збут є важливим кроком для підвищення ефективності діяльності підприємства. Використання сучасних методів обліку та аналізу забезпечує точність фінансових показників і сприяє зростанню конкурентоспроможності. Розвиток інформаційних технологій у цій сфері дозволяє швидко отримувати доступ до даних, забезпечувати своєчасне управління витратами та підвищувати стабільність і привабливість підприємства для інвесторів.

Таким чином, комплексний підхід до розробки облікової політики сприяє підвищенню ефективності управління витратами на збут та забезпеченню стабільного розвитку підприємства.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аудит : навч. посіб. / [Ю. С. Цал-Цалко, Ю. Ю. Мороз, Л. А. Суліменко та ін.] ; [під заг. ред. Ю. С. Цал-Цалка]. Житомир : Рута, 2012. 392 с.
2. Безпарточний М. Г. Вплив інфраструктури ринку на діяльність торговельних підприємств. *Інноваційна економіка*. 2014. № 5 (54), С. 212-216.
3. Білик М. Д. Організація і методика аудиту сільськогосподарських підприємств : підручник. Київ : КНЕУ, 2003. 628 с.
4. Бухгалтерський облік (для необлікових спеціальностей) : навч. посіб. / Ю. Ю. Мороз, Т. С. Гайдучок, О. М. Дмитренко. Житомир : Рута, 2022. 256 с.
5. Гавриловський О. С. Сучасні підходи до вдосконалення обліку непрямих витрат на збут, рекламу й маркетинг. *Наук. вісн. Херсонського держ. ун-ту*. 2014. Вип. 7, ч. 5. С. 118-120.
6. Гавришко Н. В. Облік і аналіз маркетингової та збутової діяльності: управлінський аспект: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.04. К., 2001. 19 с.
7. Гайдучок Т. С., Вітер С. А., Дем'янишина О. А., Ареп'єва О. В. Фінансовий облік активів : навч. посіб. : у 2 ч. / Житомир : Поліський нац. ун-т, 2024. Ч. I. 360 с.
8. Гайдучок Т. С., Романюк О. М., Янота Д. В. Теоретичні основи внутрішнього контролю витрат на збут у системі управління підприємством. *Технології та суспільство: взаємодія, вплив, трансформація* : зб. наук. праць з матеріалами II Міжнар. наук. конф., м. Львів, 26 липня, 2024 р. / Міжнародний центр наукових досліджень. Вінниця : ТОВ «УКРЛОГОС Груп, 2024. 148 с. С. 32-36.
9. Гайдучок Т. С., Цегельник Н. І. Сучасні реалії та перспективи провадження аудиторської діяльності в умовах євроінтеграційних процесів. *Механізм регулювання економіки*. 2022. №1-2 (95-96). С. 67-71. URL: <http://www.mer-journal.sumy.ua/index.php/journal/article/view/81/75>



10. Голова С. Ф. Трансформація фінансової звітності українських підприємств у фінансову звітність за МСБО. Київ, 2003. 361 с.
11. Житний П. Принципи формування облікової політики. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2009. №4. С. 25–28.
12. Засадний Б. А., Башкін І. Е. Особливості та шляхи удосконалення обліку витрат на маркетингову діяльність. *Молодий вчений*. 2019. №3 (67). С. 428-431.
13. Звіт з управління ТОВ «ТС ПЛЮС». URL: <http://surl.li/avlwm>
14. Колос І. Особливості облікової політики для сучасного підприємств. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2015. №2-3. С. 41-52.
15. Левченко О. П. Сучасний стан формування облікової політики в сільськогосподарських підприємствах. *Зб. наук. праць Таврійського держ. агротехнол. ун-ту. (екон. науки)*. 2012. Вип. 17, ч. 2, С. 7-15.
16. Методичні рекомендації щодо облікової політики підприємства : наказ М-ва фінансів України від 27 черв. 2013 р. № 635. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0635201-13#Text>
17. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 1 «Подання фінансової звітності» / Рада з міжнародних стандартів бухгалтерського обліку. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929\\_013#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_013#Text).
18. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 8 «Облікові політики, зміни в облікових оцінках та помилки» / Рада з міжнародних стандартів бухгалтерського обліку. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929\\_020#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_020#Text).
19. Міжнародний стандарт фінансової звітності 1 «Перше застосування Міжнародних стандартів фінансової звітності» / Рада з міжнародних стандартів бухгалтерського обліку. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929\\_004#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_004#Text).
20. Мулик Т. О., Мулик Я. І. Організація обліку та аудиту витрат на збут підприємства: стан та напрями вдосконалення. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. Вип. 22. С. 965-971.
21. Національне Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» : наказ М-ва фінансів України від 07 лют. 2013 р. № 73. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text>

22. Національне Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» : наказ Мін-ва фінансів України від 31 груд. 1999 р. № 318. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00>

23. Облікова політика : навч. посіб. / Г. М. Давидов, В. М. Савченко, О. В. Пальчук, та ін.; за заг. ред. Г.М. Давидова. 2-ге вид., перероб. і доп. Кропивницький : Ексклюзив-Систем, 2017. 362 с.

24. Оліховський В. Я. Теоретичні аспекти податкового планування. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи встановлення і проблеми розвитку»*. 2012. №722. С. 177-181.

25. Пирожок О. С., Войчишина В. В. Роль облікової політики на підприємстві та вимоги до неї. *Наука й економіка*. 2016. № 1(41). С. 28-32.

26. План рахунків бухгалтерського обліку у визначеннях та схемах : навчально-наочний посібник / Ю. С. Цаль-Цалко, Ю. Ю. Мороз, Т. С. Гайдучок [та ін.]. Житомир : Рута, 2019. 212 с.

27. Податковий кодекс України : Закон України від 02 груд. 2010 р. № 2755. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (дата звернення: 20.09.2024)

28. Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність : Закон України від 21 груд. 2017 р. № 2258. / Верх. Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2258-19#Text>

29. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16 лип. 1999 р. № 996. / Верх. Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>

30. Романюк О., Янота Д. Маркетингові витрати як складова обліку сталого розвитку: сучасні рішення. *Фінансові інструменти регіонального розвитку* : матеріали X Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. з нагоди 30-річчя заснування кафедри фінансів і кредиту (24 жовт. 2024 р.). Житомир : Поліський національний університет, 2024. С. 219-222.

31. Романюк О., Янота Д. Сучасні підходи до обліково-аналітичного забезпечення витрат на збут в рамках євроінтеграції. *Роль бухгалтерського обліку, аудиту та податкової політики у розбудові незалежної України на шляху до Європейського Союзу* : зб. праць учасників III Міжнар. наук.-практ. конф. (7-8 листоп. 2024 р.). Житомир : Поліський національний університет, 2024. С. 487-490.
32. Сук Л. К., Сук П. Л. Бухгалтерський облік : навч. посіб. / за ред. Л.К. Сук. Київ : Знання, 2005. 471 с.
33. ТОВ ТС Плюс. URL: <https://kiev.grc.ua/employer/691507>
34. Цаль-Цалко Ю. С., Мороз Ю. Ю., Гайдучок Т. С. Облік і оподаткування : навч. посіб. для здобувачів ступеня доктор філософії. Житомир : ЖОО ГО «СЕУ», 2023. 420 с.
35. Чернін О. Я. Елементи облікової політики підприємства щодо операцій з товарами. *Інтелект ХХІ*. 2014. № 1. С. 63-38.
36. Шевчук О. А. Облік і аудит витрат на збут продукції в підприємствах цукрової промисловості : дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.09 - бухгалтерський облік, аналіз та аудит (за видами економічної діяльності). Тернопіль : ТНЕУ, 2012. 197 с.
37. Шиманська А. Класифікація витрат на збут промислового підприємства. *Маркетинг в Україні*. 2014. № 5. С. 24–28.
38. Шмигель О. Є. Особливості розроблення облікової політики торговельних підприємств. *Інноваційна економіка*. 2021. № 3-4. С. 159-163.
39. Шмигель О. Особливості формування облікової політики підприємства в конкурентному середовищі. *Економічний дискурс*. 2021. Випуск 1-2. С. 66-73.
40. Іщенко М. І. Управління витратами на збут промислових підприємств з урахуванням організації центрів відповідальності. *Ефективна економіка*. 2019. № 9. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7295> (дата звернення: 14.12.2024).

# ДОДАТКИ