

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ БІЗНЕС- КОЛЕДЖ  
Кафедра економіки, управління та адміністрування

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА  
освітнього ступеня «бакалавр»  
на тему:


«Теоретико-методичні основи обліку та аналізу реалізації продукції (товарів,  
робіт, послуг)»

(за матеріалами ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ")

**Виконав:**


Студент групи ОА-22

Спеціальність 071 Облік і оподаткування

Кравченко Владислав Васильович 

**Науковий керівник:**

к.економ.наук

Криворучко Михайло Юрійович 

Допущено до захисту

протокол № 12 від «03» червня 2024 р.

завідувач кафедри економіки, управління та адміністрування

д-р економ.наук  Кузнецова Н.Б.

Черкаси 2024

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ОБЛІКУ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ (ТОВАРІВ, РОБІТ, ПОСЛУГ).....	8
1.1. Характеристика ролі реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) в господарській діяльності підприємства.....	8
1.2 Аналіз нормативно-правового забезпечення обліку реалізації продукції (товарів, робіт, послуг). .....	13
1.3 Методика обліку реалізації продукції (товарів, робіт, послуг).....	19
РОЗДІЛ 2. ДІЮЧА ПРАКТИКА ОБЛІКУ РЕАЛІЗАЦІЇ ТОВАРІВ НА ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ" .....	28
2.1. Організаційно-економічна характеристика підприємства.....	29
2.2 Первинний облік реалізації товарів. ....	37
2.3 Синтетичний та аналітичний облік реалізації товарів. ....	40
2.4. Шляхи удосконалення обліку реалізації товарів. ....	44
РОЗДІЛ 3. МЕТОДИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ РЕАЛІЗАЦІЇ ТОВАРІВ НА ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ" .....	49
3.1. Аналіз реалізації товарів. ....	49
3.2. Аналіз асортименту товарів на підприємстві.....	54
ВИСНОВОК.....	62
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	65
ДОДАТКИ .....	<b>70</b>

## ВСТУП

Для підприємства, яке діє в умовах зростаючої конкуренції та швидких темпів технологічних змін, ефективний облік та аналіз реалізації продукції є ключовими елементами успішного ведення бізнесу. Облік та аналіз реалізації продукції є важливими компонентами управління підприємством у сучасних умовах глобальної економіки. В умовах зростаючої конкуренції та швидкого темпу змін в ринковому середовищі правильне визначення та контроль за процесами реалізації продукції є ключовим для забезпечення успіху та стабільності підприємства.

**Актуальність дослідження.** Розуміння та використання теоретичних знань та практичних інструментів у галузі обліку та аналізу реалізації продукції дозволить підприємствам ефективніше управляти своєю діяльністю, а також приймати обґрунтовані стратегічні рішення з метою підвищення конкурентоспроможності та забезпечення сталого розвитку.

Реалізація продукції є ключовим етапом у господарській діяльності будь-якого підприємства. Саме процес реалізації визначає успішність підприємства на ринку та його прибутковість. В умовах постійних змін на ринку та розвитку сучасних технологій, управління реалізацією продукції потребує постійного оновлення та удосконалення.

Загальні питання обліку та аналізу реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) висвітлювались у працях відомих вітчизняних учених-економістів. Значну увагу їм приділяли Бутинець Ф. Ф., Валуєв Б. І., Голов С. Ф., Жилкіна Л. В., Гуцайлюк З. В., Кужельний М. В., Єфіменко В. І., Ткаченко Н. М., Сопко В. В., Смоленюк П. С. Вагомий внесок у розвиток методологічних питань обліку та аналізу реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) зробили зарубіжні вчені: Бейгельзімер М. Г., Безруких П. С., Виноградов В. В., Грунфест І.Л., Маргуліс А.Ш., Марченко О.К., Кондраков В.Б., Ліберман Л. В., Левін В. С., Розенберг Н. Я., Тішков І. Е., Цуркану В. І., Шеремет А. Д., Чечета А. П.

**Метою роботи** є удосконалення теоретико-методичних основ обліку та аналізу реалізації продукції на прикладі підприємства ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ".

Для цього необхідно виконати такі **завдання**:

- охарактеризувати роль реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) у господарській діяльності підприємства з погляду забезпечення прибутковості та конкурентоспроможності;
- проаналізувати нормативно-правове регулювання обліку реалізації продукції;
- визначити методика обліку реалізації продукції (товарів, робіт, послуг);
- здійснити організаційно-економічну характеристику підприємства;
- дослідити первинний, синтетичний та аналітичний облік реалізації товарів;
- розробити рекомендації щодо удосконалення обліку реалізації товарів для забезпечення більшої ефективності управління підприємством;
- проаналізувати асортимент товарів та їх реалізацію на підприємстві.

**Об'єктом дослідження** є система обліку та аналізу реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) на ТОВ «ІСТСЕЙЛЗ»

**Предметом дослідження** є теоретико-методичні основи обліку та аналізу реалізації продукції на прикладі підприємства ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ".

**Методи дослідження.** В процесі виконання кваліфікаційної роботи були використані такі методи як аналіз, синтез, узагальнення, порівняння методи економічного аналізу та методи бухгалтерського обліку.

**Інформаційна база.** Дослідження базується на аналізі наукової та методичної літератури, нормативно-правових актів, матеріалів підприємства ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ".

**Апробація. Апробація результатів дослідження.** Положення роботи були апробовані на Міжнародній науково-практичній конференції «Вектори розвитку науки, освіти і суспільства в умовах глобалізації» (м. Ізмаїл, 28.05.2024 р.).

**Практичне значення** отриманих результатів полягає в їх можливості стати основою для вдосконалення системи обліку та аналізу реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) на підприємстві ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ". Отримані висновки та рекомендації можуть бути використані в реальній практиці для оптимізації процесів обліку та аналізу на даному підприємстві.

## **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ОБЛІКУ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ (ТОВАРІВ, РОБІТ, ПОСЛУГ)**

### **1.1. Характеристика ролі реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) в господарській діяльності підприємства.**

Економічна активність підприємства є нерозривною частиною використання фінансових, матеріальних та нематеріальних ресурсів, які постійно перебувають у процесі безперервного обігу. Цей постійний обіг ресурсів відбувається через різноманітні економічні процеси, що є основним об'єктом бухгалтерського обліку та відображають реальну економічну діяльність кожного підприємства[8].

Господарський процес - це система взаємопов'язаних дій та операцій, спрямованих на досягнення конкретних цілей у господарській діяльності підприємства. Це включає в себе всі етапи виробництва, обігу, збуту товарів або послуг, а також управління ресурсами та різноманітні адміністративні процедури. Господарські процеси можуть варіюватися в залежності від галузі, типу підприємства та його стратегічних цілей.

Господарська операція - це конкретний етап або діяльність в рамках господарського процесу, спрямований на досягнення певної мети чи результату. Це може включати купівлю та продаж товарів, виробництво продукції, надання послуг, фінансові операції, управління ресурсами, адміністративні процедури тощо. Господарські операції є основними складовими частинами господарської діяльності підприємства та сприяють досягненню його стратегічних цілей.

За економічним змістом господарські операції можна об'єднати в такі групи:

1. Операції з виробництва: включають усі дії, спрямовані на створення продукту або послуги, від закупівлі сировинних матеріалів до виготовлення готової продукції.

2. Операції з обігу: охоплюють процеси купівлі, продажу та обміну товарів і послуг, включаючи складське управління та логістику.

3. Фінансові операції: включають у себе управління фінансовими ресурсами підприємства, такі як інвестиції, кредитування, облік та аналіз фінансової звітності.

4. Управлінські операції: охоплюють управління людськими ресурсами, організаційні процеси, планування, контроль та прийняття рішень на різних рівнях управління.

Ці групи відображають різноманітні аспекти господарської діяльності підприємства та їх взаємозв'язок у досягненні стратегічних цілей.

Процес постачання полягає у забезпеченні підприємства ресурсами, необхідними для його діяльності. Процес виробництва включає в себе використання ресурсів для створення продукції. Процес реалізації означає продаж продукції та отримання прибутку від цього. Кожен з цих процесів має свою власну ціль та економічну логіку: постачання - забезпечення ресурсами, виробництва - виготовлення продукції, реалізації - продаж та отримання прибутку.

Процес виробництва відображається у витратах на виробництво та на готову продукцію, що становлять частину фінансових звітів. Процес реалізації відображається на рахунках собівартості продукції, руху грошових коштів та фінансових розрахунків, що описують, як саме продукція продається та як отримується прибуток. Кожен з господарських процесів має свою специфіку та цільовий напрям, де постачання забезпечує необхідними ресурсами, виробництво забезпечує виготовленням продукції, а реалізація забезпечує збут продукції та отримання прибутку[4].

У процесі обігу капіталу велике значення має виробництво, що складається з різних операцій з виготовлення продукції або надання послуг.

Цей процес відбувається завдяки взаємодії різних факторів виробництва, таких як засоби праці, предмети праці та праця працівників.

Процес реалізації охоплює всі операції, пов'язані з продажем готової продукції (робіт або послуг) споживачам. При обліку реалізованої продукції враховуються дві основні оцінки: собівартість продукції та узгоджена договірною ціна (ціна реалізації).

Облік реалізації продукції за собівартістю відображається на рахунку 90, а витрати на збут на рахунку 93. Облік реалізації за договірною ціною - на рахунку 70. Фінансовий результат діяльності підприємства визначається як різниця між доходами від реалізації та витратами на виготовлення продукції: прибуток, якщо доходи перевищують витрати, або збиток, якщо витрати перевищують доходи.

Товар - це продукт або послуга, які продаються або купуються на ринку. Товар може бути матеріальним, наприклад, фізичним об'єктом, якісними характеристиками або електронними товарами, або ж нематеріальним, наприклад, послугами, правами або ліцензіями.

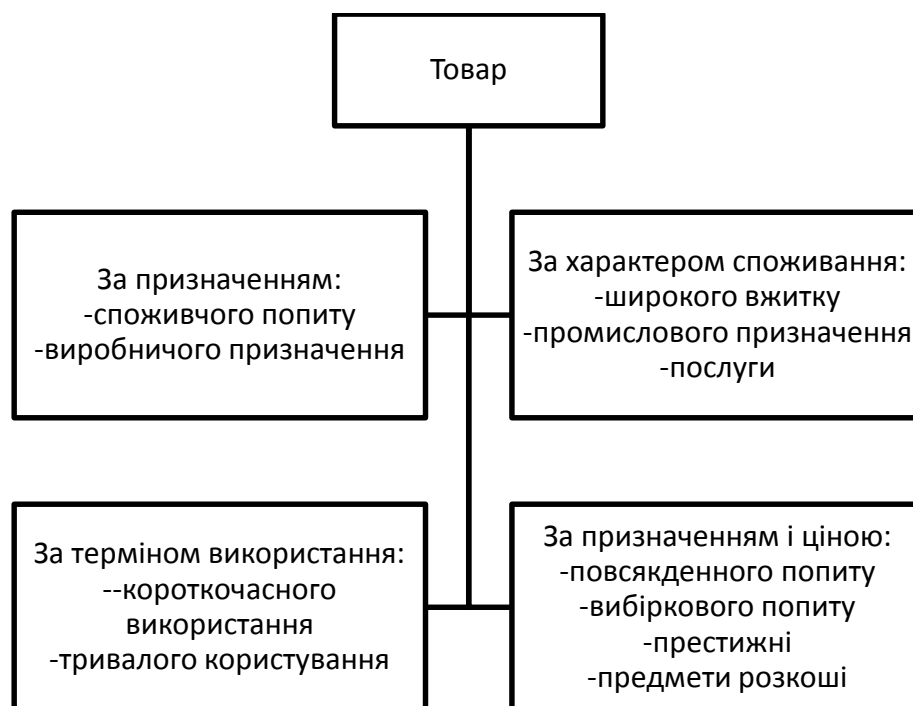


Рис. 1.1. Класифікація товарів за різними ознаками

*Джерело: узагальнено автором*

Товари можна поділити на дві категорії за їх тривалістю використання. Товари тривалого користування призначені для довгострокового використання і можуть витримувати багаторазове використання, такі як холодильники або одяг. Товари короткочасного користування споживаються швидко і повністю за один або кілька циклів використання, такі як пиво або мило.

Товари широкого вжитку можна класифікувати за тим, як часто та як споживачі їх купують. Товари повсякденного попиту - це ті, які споживачі купують часто і без додаткових зусиль на порівняння, наприклад, хліб або сіль. Ці товари можуть бути основними, які люди купують регулярно, імпульсивними, які купують без попереднього планування, або для екстрених випадків, які купують у разі гострої потреби, наприклад, ліки.

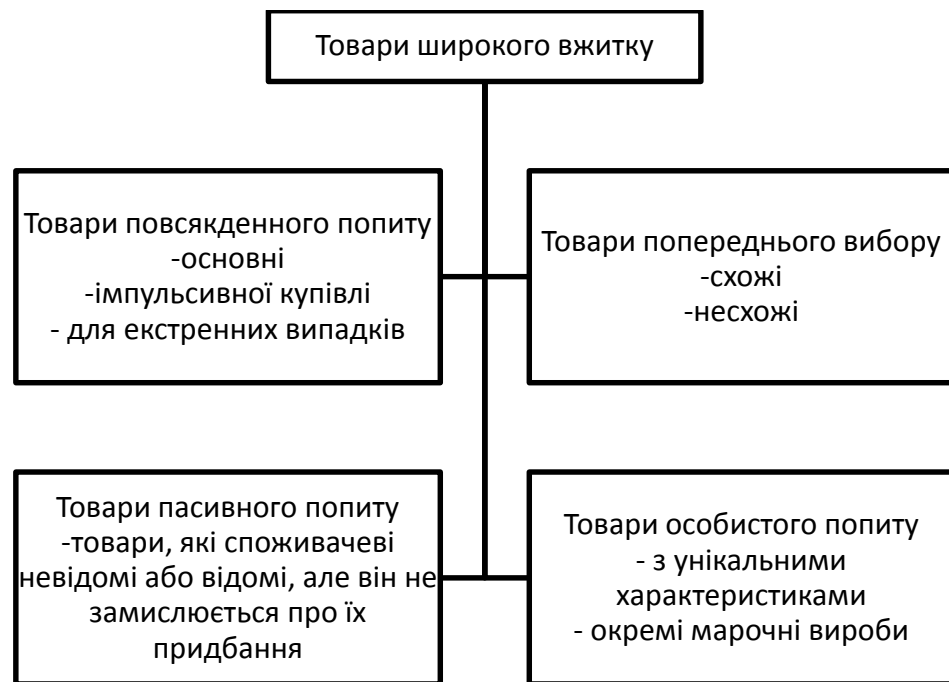


Рис. 1.2. Класифікація товарів широкого вжитку за різними ознаками

*Джерело: складено автором*

Послуги - це діяльність, яку одна особа (або організація) надає іншій особі (або організації) за винагороду. Це може бути широкий спектр діяльності, від консультацій і обслуговування до ремонту, транспортування та інших послуг.

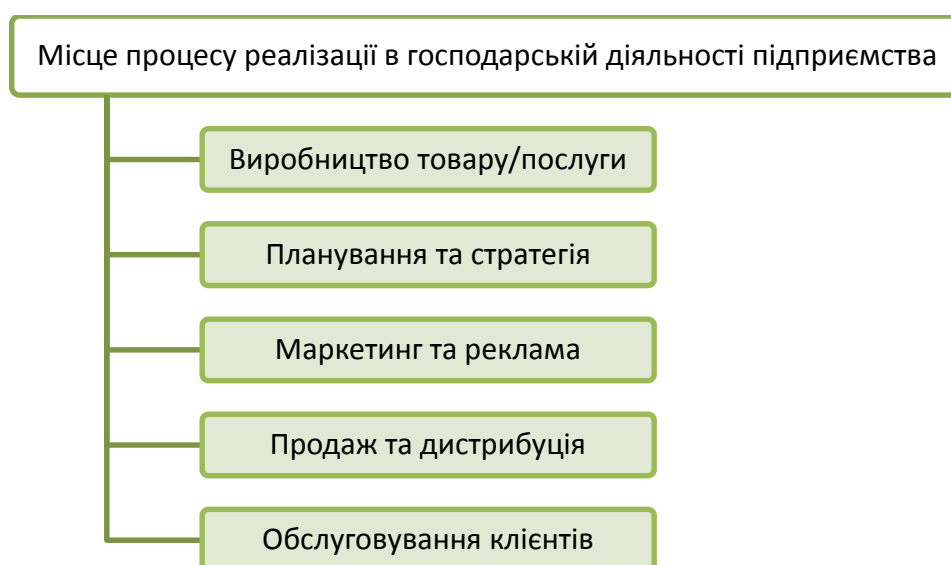
Таблиця 1.1

## Класифікація послуг

Основні класи послуг	Сфери послуг
відчутні дії, спрямовані на тіло людини.	Охорона здоров'я, пасажирський транспорт, салони краси та перукарні, спортивні заклади, ресторани
відчутні дії, спрямовані на товари та інші фізичні об'єкти.	Вантажний транспорт, ремонт і утримання обладнання, охорона, підтримання чистоти і порядку, пральні, хімчистки, ветеринарні послуги
невловимі дії, спрямовані на свідомість людини	освіта, радіо й телевізійне мовлення, інформаційні послуги, театри, музеї.
Невловимі дії з невідчутними активами.	Банки, юридичні і консалтингові послуги, страхування, операції з цінними паперами.

Джерело: [1]

Отже, основні класи послуг та їх сфери застосування. Послуги поділяються на чотири основні класи в залежності від спрямованості дій та об'єктів, на які вони впливають. Кожен клас послуг має свої відмінності і відображає різноманітні потреби споживачів та сфери їхнього використання.



Джерело: [26]

Рис. 1.3. Місце процесу реалізації в господарській діяльності підприємства

Місце процесу реалізації в господарській діяльності підприємства зазвичай знаходиться на останньому етапі циклу виробництва та маркетингу, який включає продаж та дистрибуцію товарів або послуг. Процес реалізації охоплює всі дії, пов'язані зі здійсненням продажу, починаючи від повернення клієнтів через маркетинг та рекламу, а закінчуючи обслуговуванням клієнтів

після покупки. Важливо, щоб цей процес був ефективним, оскільки від нього залежить успішність підприємства на ринку.

Реалізація продукції в господарській діяльності підприємства відіграє важливу роль у всьому бізнес-процесі. Це фінальний етап, на якому інвестиції та ресурси перетворюються на прибуток. Через маркетинг і рекламу продукція стає відомою й привабливою для клієнтів. Продаж та дистрибуція забезпечують доступність товарів та послуг на ринку, а післяпродажне обслуговування підтримує задоволеність клієнтів і підвищує лояльність. Успішна реалізація продукції забезпечує стійкий успіх підприємства та його конкурентоспроможність.

## **1.2 Аналіз нормативно-правового забезпечення обліку реалізації продукції (товарів, робіт, послуг).**

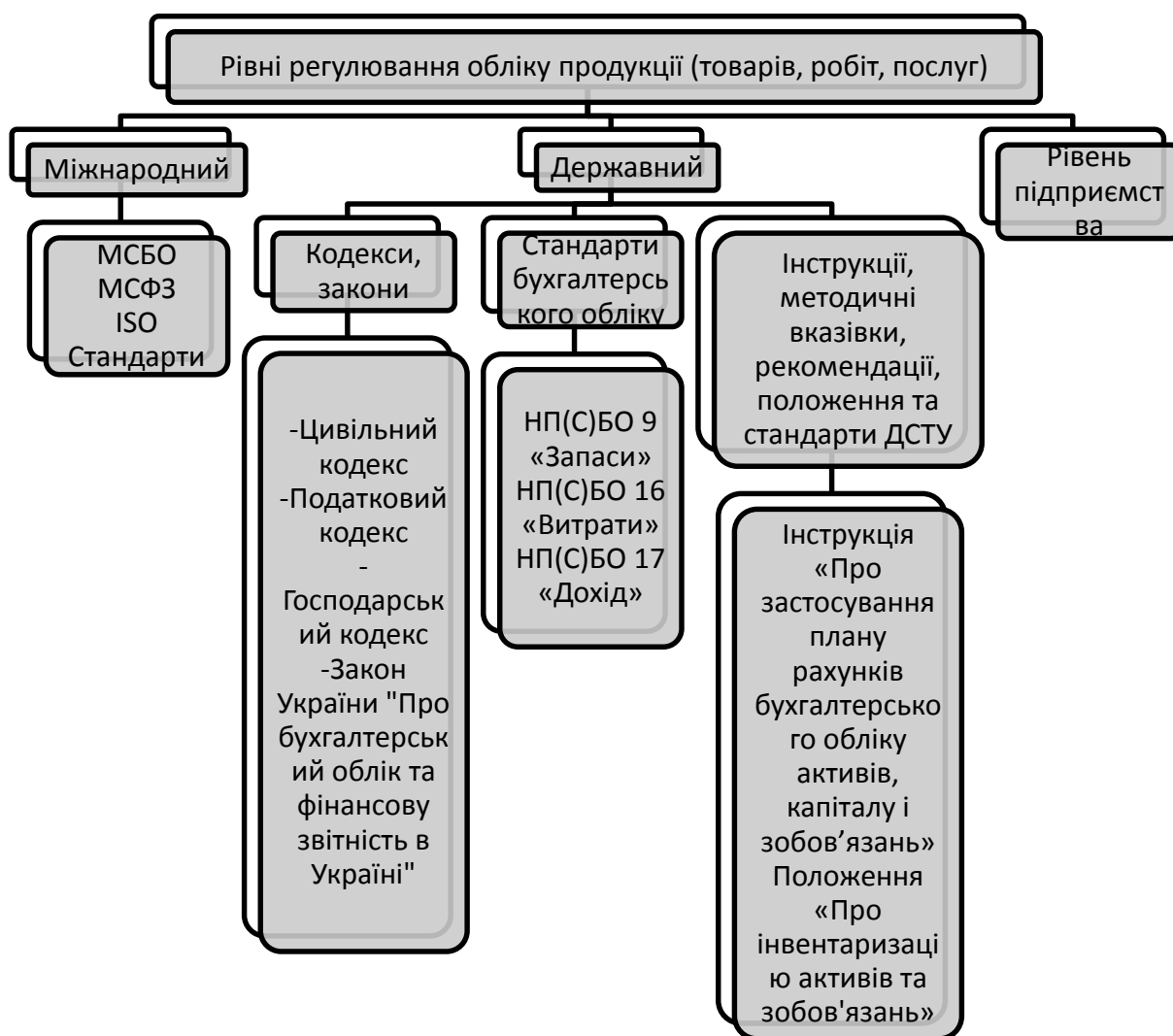
Забезпечення достовірності облікових даних та надання користувачам якісної та правдивої звітної інформації, зокрема щодо продукції (товарів, робіт, послуг), є ключовою задачею у сфері нормативного регулювання бухгалтерського обліку. Це вимагає систематичного контролю за введенням, обробкою та зберіганням облікових даних, які забезпечують однорідність та порівнюваність фінансової звітності. Проведення незалежного аудиту фінансової звітності є важливим етапом у процесі забезпечення достовірності та надійності фінансової звітності перед користувачами. Аудиторська перевірка дозволяє підтвердити, що інформація, представлена у фінансових звітах, відповідає встановленим стандартам та відображає реальну фінансову ситуацію підприємства.

Однак якість та прозорість фінансової звітності впливають не лише на довіру користувачів, а й на здатність підприємства залучати інвесторів та інших зацікавлених сторін. Чим чіткіше та більш доступною є інформація у фінансових звітах, тим більше зацікавлених сторін буде здатних зрозуміти

фінансове становище підприємства та прийняти обґрунтовані рішення щодо співпраці чи інвестування.

Інвестори, які мають доступ до якісної та зрозумілої інформації у фінансових звітах, можуть зробити більш об'єктивні та обґрунтовані рішення про вкладання своїх коштів.

Більш того, в умовах зростаючої конкуренції на ринку важливо мати чітку та доступну для аналізу фінансову звітність. Це дозволяє підприємству позиціонувати себе як надійного та прозорого партнера перед своїми клієнтами, постачальниками та іншими зацікавленими сторонами.



Джерело:[26]

Рис. 1.4. Рівні нормативно-правового регулювання обліку реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) на підприємстві

Залучення нових інвесторів часто є ключовим фактором для забезпечення подальшого зростання та розвитку підприємства. Чим більше зацікавлених сторін буде впевнених у якості та достовірності фінансової звітності, тим більше можливостей відкривається для отримання додаткового фінансування, розширення бізнесу та впровадження нових проектів.

Крім того, етичні стандарти виконання фінансової звітності відіграють ключову роль у забезпеченні відкритості та довіри у фінансовому середовищі підприємства. Дотримання етичних принципів у підготовці та публікації фінансової інформації свідчить про високі стандарти корпоративної культури та відповідального підходу до ділової діяльності.

Отже, незалежний аудит, якість та прозорість фінансової звітності, а також дотримання етичних стандартів є ключовими аспектами для забезпечення довіри та стабільності в фінансовій сфері підприємства.

Згідно з Цивільним кодексом України з урахуванням змін та доповнень у розділі "Окремі види зобов'язань", встановлені загальні положення щодо укладання договорів купівлі-продажу продукції, визначені умови цих угод, відповідальність продавця перед покупцями та споживачами, а також права та обов'язки обох сторін. Норми також регулюють наслідки порушення умов договору продавцем, встановлюють порядок ціноутворення на продукцію (товари, роботи чи послуги), страхування товарів під час транспортування та умови оплати[9].

Статтею 208 Цивільного кодексу України встановлено, що юридичним особам обов'язково укладати правочини у письмовій формі. Умови договорів регулюють порядок реалізації готової продукції, а випадки невідповідності за якістю та асортиментом - статті 669-672 Цивільного кодексу України.

Відповідно до Податкового кодексу України (ПКУ), собівартість реалізованих товарів, виконаних робіт чи наданих послуг тлумачиться як "витрати, що безпосередньо пов'язані з виробництвом та/або придбанням товарів, виконанням робіт чи наданням послуг, які були реалізовані протягом звітного податкового періоду. Ці витрати визначаються відповідно до

Національних стандартів бухгалтерського обліку (НП(С)БО), які застосовуються в частині, що не суперечить положенням даного розділу ПКУ."

Визначення собівартості реалізованих товарів, виконаних робіт чи наданих послуг, згідно з Податковим кодексом України (ПКУ), є важливим аспектом у бухгалтерському обліку та оподаткуванні підприємств. Згідно з ПКУ, собівартість включає в себе витрати, які безпосередньо пов'язані з виробництвом або придбанням товарів, виконанням робіт чи наданням послуг і які були здійснені протягом звітного податкового періоду.

Ці витрати повинні відповідати вимогам Національних стандартів бухгалтерського обліку (НП(С)БО), що застосовуються у частині, що не суперечить положенням Податкового кодексу України. Це означає, що при визначенні собівартості потрібно дотримуватися встановлених бухгалтерських стандартів та нормативних документів, які регулюють облік витрат на виробництво або придбання товарів та послуг.

Застосування вірного підходу до визначення собівартості допомагає підприємствам коректно оцінювати витрати на виробництво та визначати оптимальні ціни на свою продукцію чи послуги. Це також сприяє правильному розподілу витрат між виробничими та не-виробничими витратами, що важливо для подальшого аналізу ефективності виробництва та управління витратами підприємства.

Для визначення ціни продукції, що підлягає реалізації і залежить від технологічних вимог, Податковий кодекс України пропонує використовувати різні методи визначення звичайної ціни. Ці методи включають порівняльну неконтрольовану ціну (аналоги продажу), ціну перепродажу, "витрати плюс", розподілення прибутку або чистого прибутку.

Регулювання господарських відносин між суб'єктами господарювання та іншими учасниками відносин у сфері господарювання здійснюється за допомогою загальних принципів господарювання, встановлених Господарським кодексом України.

Основне законодавство, що регулює бухгалтерський облік, визначає мету цієї діяльності, основні принципи ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової інформації, роль державного регулювання у цій сфері, порядок оформлення бухгалтерських документів та звітності, обов'язки компаній під час проведення інвентаризації активів, а також правила складання фінансової звітності та інші важливі аспекти бухгалтерського обліку.

В документі також визначені умови організаційної діяльності підприємства, його загальні права, гарантії та порядок майнової підтримки від держави. Важливим аспектом є забезпечення державою підтримки для покращення інноваційної діяльності та впровадження нових видів продукції та послуг.

Документ уточнює визначення первісної оцінки готової продукції та процедури її оцінки на дату балансу. Таким чином, національне положення є важливим нормативним актом, який допомагає забезпечити стандартизований та точний облік готової продукції у фінансовій діяльності підприємства.



*Джерело: узагальнено автором*

Рис. 1.5. Умови визнання продукції (товарів, робіт, послуг) активом

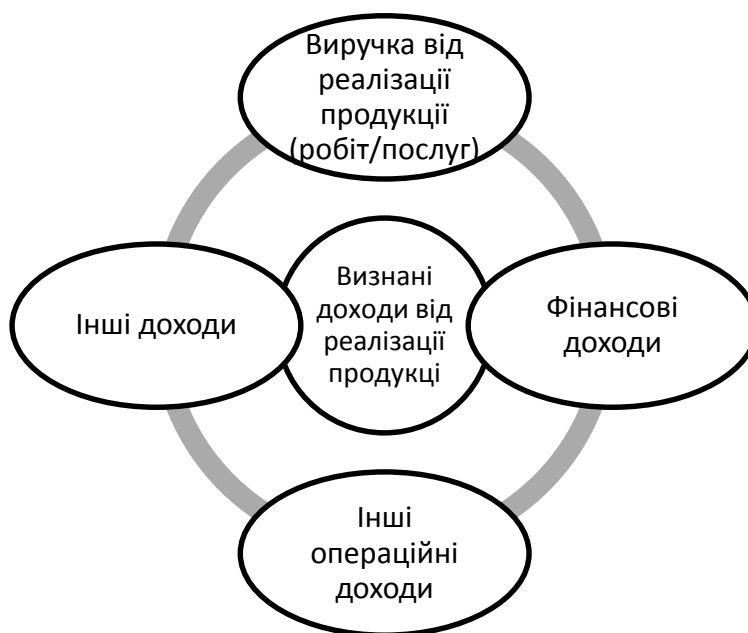
Стандарт, що регулює облік доходів від реалізації продукції підприємства, надає вичерпну інформацію про те, як потрібно відображати ці доходи у бухгалтерському обліку. Він встановлює зміст доходів, що отримуються внаслідок різних господарських операцій, умови їх визнання або невизнання, класифікацію та впливові чинники на визначення доходів на рівні власного капіталу та зміни активів і пасивів підприємства.

Він надає вичерпну інформацію щодо змісту доходів, їх класифікації, умов визнання або невизнання, а також впливових чинників, які можуть впливати на процес визначення доходів. Крім того, цей стандарт регулює облік доходів на рівні власного капіталу та вплив їх на зміни активів і пасивів підприємства.

Знання та дотримання вимог цього стандарту є важливим для правильного ведення бухгалтерського обліку та підготовки фінансової звітності. Воно дозволяє підприємствам забезпечити відповідність їх фінансової звітності міжнародним стандартам, підвищити рівень довіри користувачів фінансової звітності та забезпечити правильність фінансових показників.

Наприклад, дохід від реалізації продукції визнається в той момент, коли відбувається зменшення певних видів зобов'язань або збільшення активів, що призводить до зростання власного капіталу підприємства. Однак оцінка цих доходів має бути проведена достовірно, щоб правильно визначити їх величину.

Таким чином, регулювання обліку та реалізації продукції на підприємстві проводиться як на міжнародному, так і на державному рівнях. Основною метою цього регулювання є контроль за усіма етапами виробництва, зберігання та реалізації продукції, включаючи витрати, виробництво та облік. Забезпечення належного нормативного регулювання обліку та контролю витрат на виробництво та реалізацію продукції важливо для ефективного управління підприємством.



*Джерело: створено автором*

Рис. 1.6. - Групи отриманих доходів від реалізації продукції

Основною метою такого регулювання є забезпечення належного контролю за всіма етапами виробництва та реалізації продукції, починаючи від закупівлі сировини та матеріалів і закінчуючи продажем готової продукції чи наданням послуг. Це дозволяє уникнути втрат та зловживань, оптимізувати виробничі процеси та забезпечити максимальну ефективність у використанні ресурсів.

Забезпечення належного нормативного регулювання обліку та контролю витрат на виробництво та реалізацію продукції є важливою складовою ефективного управління підприємством. Це дозволяє забезпечити правильність та достовірність фінансової звітності, а також приймати обґрунтовані стратегічні рішення щодо розвитку бізнесу. Такий контроль також сприяє збереженню репутації підприємства та підвищенню довіри соціальних та фінансових партнерів.

### **1.3 Методика обліку реалізації продукції (товарів, робіт, послуг).**

Методика обліку реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) є ключовим елементом для ефективного управління підприємством. Вона

дозволяє відстежувати рух товарів та послуг від моменту їх виробництва або закупівлі до моменту продажу чи надання споживачам. Ефективна методика обліку реалізації дозволяє підприємству керувати запасами, прогнозувати попит, визначати оптимальні ціни та стратегії маркетингу. Цей процес має бути чітко встановлений, систематизований та відповідати вимогам законодавства. Організація правильного обліку реалізації продукції сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємства та забезпечує його стабільний розвиток.



*Джерело: створено автором*

Рис. 1.7. Характерні ознаки рахунку 26 «Готова продукція»

Ефективність підприємства в значній мірі залежить від того, як ефективно воно реалізує свою продукцію. Продажі продукції є основним джерелом доходів підприємства, тому важливо аналізувати його обсяги та динаміку, оцінювати виконання планів. Перед тим, як робити фінансові рішення, важливо провести техніко-економічний аналіз, щоб мати науково обґрунтовані висновки.

Проведення техніко-економічного аналізу перед прийняттям фінансових рішень є критично важливим для успішного функціонування підприємства. Цей аналіз дозволяє оцінити ефективність виробничих процесів, визначити витрати на виробництво та реалізацію продукції, а також встановити оптимальні цінові стратегії. Він надає можливість кращого розуміння ринкових умов, конкурентоспроможності продукції та потенційного попиту.

Аналіз обсягів та динаміки продажів є ключовим елементом стратегічного планування підприємства. Відстеження цих показників дозволяє вчасно виявляти тенденції та ризики, що допомагає в управлінні запасами, визначенні маркетингових стратегій та оптимізації виробничих процесів. Ретельний аналіз обсягів продажів також допомагає підприємству реагувати на зміни на ринку та забезпечує підґрунтя для прогнозування майбутніх доходів.

Особливу увагу слід звернути на відстеження виконання планів та показників ефективності. Це дозволяє ідентифікувати причини відхилень від запланованих показників та розробляти корективні дії для досягнення стратегічних цілей. Такий аналіз створює можливість для постійного вдосконалення бізнес-процесів та підвищення конкурентоспроможності підприємства.

У бухгалтерському обліку за Планом рахунків [20] використовується рахунок 28 "Товари" для реєстрації товарно-матеріальних цінностей, що надійшли на підприємство з метою подальшої продажу. Промислові та інші виробничі підприємства також використовують цей рахунок для обліку будь-яких виробів, матеріалів або продуктів, які були спеціально придбані для подальшої реалізації.

Промислові та виробничі підприємства також використовують рахунок 28 для обліку будь-яких матеріалів, компонентів або готової продукції, які були придбані або вироблені з метою подальшої реалізації. Це може включати сировину, напівфабрикати, готові вироби або товари на складі, готові для продажу клієнтам.

Використання рахунку 28 дозволяє підприємствам точно відображати обсяги та вартість товарних запасів, що має велике значення для правильного фінансового управління та планування. Крім того, цей рахунок допомагає відслідковувати обороти товарів та контролювати їх рух у межах підприємства, що сприяє оптимізації управління запасами та підвищенню ефективності діяльності.



*Джерело: створено автором*

Рис. 1.8. Характерні ознаки рахунку 28 «Товари»

Крім того, виробничі підприємства застосовують рахунок 28 у випадках, коли вартість матеріальних цінностей, придбаних для комплектації на промисловому підприємстві, не включається до собівартості готової продукції, що виробляється на цьому підприємстві, і повинна бути відшкодована покупцями окремо від вартості основного продукту.[1]

При прибутті на склади, оптові та роздрібні бази підприємства, овочесховища, морозильники та інші місця для зберігання товарів (за винятком роздрібних магазинів), товари, які призначені для подальшої перепродажу, обліковуються на підрахунку 281 "Товари на складі" у рамках рахунку 28 "Товари". Це стосується всіх видів товарів, які мають призначення для продажу, і включає в себе широкий спектр товарних позицій від продуктів харчування до товарів для побуту та інших товарів споживчого призначення.

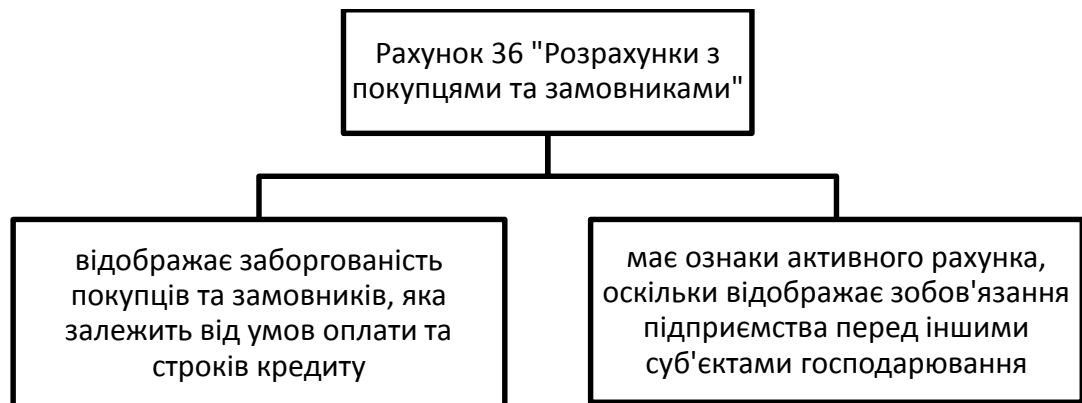
Цей метод обліку дозволяє підприємствам точно відслідковувати наявність товарів на складі та їх рух, спрощує інвентаризаційні процедури і допомагає у вирішенні питань щодо поповнення запасів та контролю за обігом товарів. Такий підрахунок дозволяє забезпечити ефективне управління запасами і зниження ризиків втрат товарів через їх неконтрольований рух або недостачу.

Надходження товарів відображається записом:

Дебет 281 “Товари на складі” Кредит рахунків обліку розрахунків (372 “Розрахунки з підзвітними особами”, 377 “Розрахунки з іншими дебіторами”, 63 “Розрахунки з постачальниками і підрядниками”, 685 “Розрахунки з іншими кредиторами” тощо).

Для відстеження реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) використовується рахунок 36 "Розрахунки з покупцями і замовниками". Цей рахунок містить узагальнену інформацію про операції з розрахунками з покупцями та замовниками за відвантажену продукцію, товари, виконані роботи та надані послуги. Однак на рахунку не відображається заборгованість, яка гарантована векселем.

На дебеті рахунку 36 "Розрахунки з покупцями та замовниками" фіксується сума від продажу продукції, товарів, виконаних робіт і послуг, яка включає в себе податок на додану вартість, акцизи та інші обов'язкові платежі, що спрямовуються до бюджетів і позабюджетних фондів. Ця сума відображає загальну вартість реалізації. На кредиті рахунку фігурує сума отриманих платежів, що надійшли на банківські рахунки підприємства, в касу або іншими способами розрахунків.

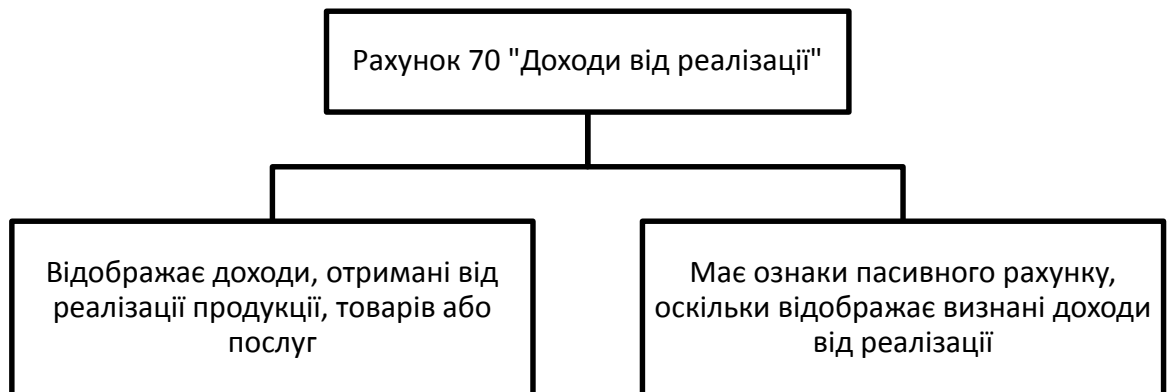


Джерело:[11]

Рис. 1.9. Характерні ознаки рахунку 36 " Розрахунки з покупцями та замовниками"

На дебеті рахунку 36 відображається сума доходу від продажу товарів, робіт та послуг, включаючи податки та обов'язкові платежі, які підлягають сплаті до бюджету та позабюджетних фондів. Також у цю суму включаються

платежі, які надійшли на рахунки підприємства в банках або отримані в готівковій формі. Сальдо рахунку відображає заборгованість покупців та замовників за отриману продукцію, роботи чи послуги.

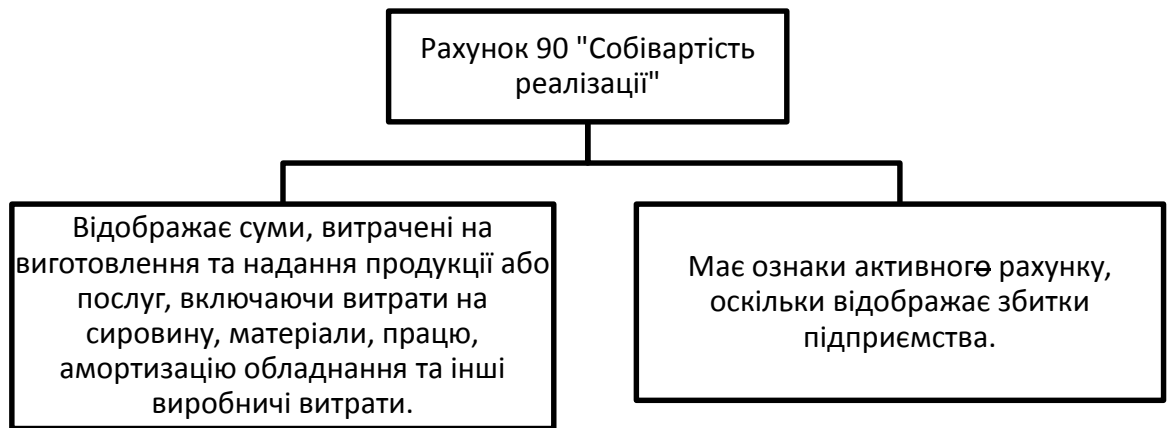


*Джерело: створено автором*

Рис. 1.10. Характерні ознаки рахунку 70 " Доходи від реалізації "

Рахунок 70 "Доходи від реалізації" використовується для обліку прибутків, які підприємство одержує від реалізації своєї продукції, товарів або послуг. На дебеті цього рахунку зазначаються суми доходів, отриманих від реалізації продукції або послуг, які підприємство надає своїм клієнтам чи споживачам. Такі доходи можуть включати вартість продукції, відсотки за послуги, отримані комісії та інші доходи від реалізації. На кредиті рахунку можуть відображатися корекції доходів, наприклад, повернення коштів або зменшення доходів у зв'язку зі зниженням цін або неплатоспроможністю клієнтів.

Рахунок 90 "Собівартість реалізації" використовується для обліку витрат, пов'язаних із виробництвом та реалізацією продукції, товарів або послуг. На дебеті цього рахунку зазначаються суми, які витрачені на виготовлення та надання продукції або послуг, включаючи витрати на сировину, матеріали, працю, амортизацію обладнання та інші виробничі витрати. На кредиті рахунку можуть відображатися корекції собівартості, такі як повернення матеріалів або зниження вартості виробництва в результаті змін у технологічних процесах. Сальдо рахунку показує чисту собівартість реалізації продукції або послуг підприємства.



*Джерело: створено автором*

Рис. 1.11. Характерні ознаки рахунку 90 " Собівартість реалізації "

Для кожного виду продукції (робіт, послуг) потрібно вести окремий аналітичний облік. У цьому обліку необхідно відображати кількість продукції, яка була реалізована, а також її вартість. Це дозволяє збирати інформацію для управлінських рішень та перевіряти правильність облікових записів.

У разі, якщо кількість продукції, відображена за дебетом і кредитом у аналітичних рахунках, виявиться різною, це може свідчити про можливі помилки у веденні обліку реалізації. Такий контроль допомагає вчасно виявляти та виправляти неточності, забезпечуючи точність фінансової звітності та ефективно управління підприємством.

Наприклад, якщо продукція була продана, але не була списана зі складу через відсутність відповідної документації, це може призвести до того, що кількість продукції, відображена в обліку за дебетом і кредитом на рахунку 791, буде відрізнятись. Це може свідчити про наявність помилки в обліку.

У міжнародній практиці використовуються два методи визначення фінансових результатів:

1) метод порівняння доходів і витрат (або метод «витрати-випуск») - визначення прибутку (збитку) як різниці між доходами і витратами протягом звітного періоду;

2) метод порівняння капіталу (або метод зміни чистих активів) - визначення збільшення власного капіталу протягом звітного періоду як різниці між сумою власного капіталу в кінці та на початку звітного періоду.

Фінансовий результат для підприємств найкраще визначати за методом порівняння доходів і витрат, оскільки це дозволяє більш детально аналізувати їх фінансову діяльність. Цей метод надає можливість оперативно вираховувати прибуток, а також детально вивчати витрати і доходи підприємства. У порівнянні з методом порівняння капіталу, він дає більше інформації про фінансовий стан підприємства, оскільки дозволяє визначати прибуток від різних видів діяльності та інших джерел доходів, а не лише загальний прибуток.

Правило визнання доходу від реалізації продукції (товарів, інших активів) передбачає, що дохід може бути визнаний лише тоді, коли виконуються усі наступні умови.

1. Покупець повинен отримати всі ризики й переваги, пов'язані з правом власності на продукцію (товар, інший актив). Це означає, що коли продукція передана покупцеві, він стає власником товару і несе відповідальність за будь-які ризики, пов'язані з його використанням чи зберіганням.

2. Підприємство не має подальшого контролю чи управління продукцією після її передачі покупцеві. Це означає, що після передачі продукції покупцеві, підприємство не може впливати на її подальше використання або відновлення.

3. Сума доходу (виручки) повинна бути визначена з достатньою точністю. Це означає, що підприємство повинно мати достатньо інформації для обчислення суми доходу з реалізації продукції без значних невизначеностей.

4. Є впевненість, що в результаті операції підприємство отримає економічні вигоди, а витрати, пов'язані з операцією, можуть бути чітко визначені. Це означає, що підприємство має розуміння про можливі вигоди, які будуть отримані від реалізації продукції, а також витрати, пов'язані з цією операцією, які можуть бути віднесені до цього доходу.

Для ефективного обліку доходу, отриманого від реалізації продукції (товарів), робіт та послуг, використовується План рахунків, в якому передбачено застосування рахунку 70 "Доходи від реалізації". Цей рахунок поділяється на ряд субрахунків для більш точного відображення різних видів доходу:

701 "Дохід від реалізації готової продукції": Використовується для обліку доходу, отриманого від реалізації готової продукції, яка була виготовлена та готова до продажу.

702 "Дохід від реалізації товарів": Цей субрахунок використовується для обліку доходу, отриманого від продажу товарів, які можуть бути як виготовлені самим підприємством, так і закуплені для подальшої реалізації.

703 "Дохід від реалізації робіт і послуг": Використовується для обліку доходу, отриманого від виконання різноманітних робіт або надання послуг.

704 "Вирахування з доходу": Цей субрахунок використовується для відображення будь-яких вирахувань з доходу, наприклад, податків чи знижок.

Користуючись цими субрахунками, підприємство може систематично та точно відображати різні джерела доходу, що дозволяє здійснювати аналіз ефективності та прибутковості різних напрямків діяльності. Такий підхід сприяє оптимізації бізнес-процесів та прийняттю обґрунтованих стратегічних рішень. На субрахунках 701 до 703 доходи відображаються як кредити. Це означає, що сюди записуються суми, які підприємство отримує від реалізації своєї продукції, робіт або послуг. Наприклад, це може бути грошова винагорода за продані товари або оплата за надані послуги. Аналогічно, за дебетом на цих субрахунках фіксується належна сума непрямих податків та інших платежів, які зменшують чистий дохід підприємства. Це може включати податки на прибуток чи інші обов'язкові внески до бюджету.

Субрахунок 704 "Вирахування з доходу" також відображається за дебетом. Сюди записуються суми, які підприємство вираховує зі свого доходу, такі як знижки для покупців, повернені товари або послуги, а також інші суми,

які зменшують загальний дохід компанії. Всі ці вирахування зменшують загальний дохід підприємства й відображаються на субрахунку 704.

Облік продажів включає в себе багато різноманітних аспектів, таких як кількість продукції, її ціна, обсяги реалізації та витрати, пов'язані з цим процесом.

Таблиця 1.2

Відображення в обліку доходу (виручки) від реалізації продукції  
(товарів)

№ з/п	Зміст операції	Кореспонденція рахунків	
		Дебет	Кредит
Реалізація готової продукції (перша подія відвантаження продукції)			
1	Відвантажено готову продукцію покупцю	361 «Розрахунки з вітчизняними покупцями»	701 «Дохід від реалізації готової продукції»
2	Відвантаження в обліку ПДВ	701 «Дохід від реалізації готової продукції»	641 «Розрахунки за податками»
3	Відображення собівартості реалізації	901 «Собівартість реалізації готової продукції»	26 «Готова продукція»
Реалізація готової продукції (перша подія отримання попередньої оплати)			
4	Отримання попередньої оплати на поточний рахунок	311 «Поточні рахунки в національній валюті»	681 «Розрахунки за авансами одержаними»
5	Відображення в обліку ПДВ	643 «Податкові зобов'язання»	641 «Розрахунки за податками»
6	Відображення попередньо оплаченої продукції	681 «Розрахунки за авансами одержаними»	701 «Дохід від реалізації готової продукції»
7	Відображення в обліку ПДВ	701 «Дохід від реалізації готової продукції»	643 «Податкові зобов'язання»
8	Списання собівартості готової продукції	901 «Собівартість реалізації готової продукції»	26 «Готова продукція»
9	Відображення виручки від реалізації товарів	301 «Готівка в національній валюті»	702 «Дохід від реалізації товарів»

Продовження табл 1.2

№ з/п	Зміст операції	Кореспонденція рахунків	
		Дебет	Кредит
10	Відображення ПДВ	702 «Дохід від реалізації товарів»	641 «Розрахунки за податками»
11	Списання (за рахунками) сума торгової націнки на реалізовані товари	285 «Торгова націнка»	282 «Товари торгівлі»
12	Списання собівартості товарів	902 «Собівартість реалізованих товарів»	282 «Товари торгівлі»

Джерело: [22]

## **РОЗДІЛ 2. ДІЮЧА ПРАКТИКА ОБЛІКУ РЕАЛІЗАЦІЇ ТОВАРІВ НА ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ"**

### **2.1. Організаційно-економічна характеристика підприємства.**

У кінці минулого року, у 2021 році, було створено ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ" з правовою адресою у Вінницькій області, точніше - у Вінницькому районі міста Вінниці, на вулиці Келецька. Керівником цієї організації є Ігор

Володимирович Янушев. Статутний капітал цього підприємства становить 25 000 гривень.

Стан компанії на момент останнього оновлення інформації, яке відбулося 10 березня 2024 року, свідчить про те, що вона не має наміру припинитися. Це означає, що організація продовжує свою діяльність, ймовірно, розвивається та впроваджує нові ініціативи.

Товариство з обмеженою відповідальністю "ІСТСЕЙЛЗ" має таку організаційну структуру. У відділі бухгалтерії зазвичай працюють декілька співробітників, кожен з яких має свої посадові обов'язки:

1. Головний бухгалтер: відповідає за загальне керівництво роботою бухгалтерського відділу, контроль за веденням обліку та складанням фінансової звітності, забезпечення виконання законодавства у галузі оподаткування та фінансової звітності.

2. Бухгалтер з обліку поступлень: відповідає за реєстрацію та облік вхідних документів, контроль за операціями з поступлення товарів та послуг на підприємство.

3. Бухгалтер з обліку витрат: відповідає за реєстрацію та облік витрат підприємства, включаючи витрати на оплату праці, комунальні послуги, закупівлю матеріалів тощо.

4. Фінансовий аналітик: відповідає за аналіз фінансових показників підприємства, складання фінансових звітів, розрахунок показників ефективності та прибутковості.

Таблиця 2.1

## Загальна характеристика ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ"

Параметр	Значення
Повне найменування	Товариство з обмеженою відповідальністю "ІСТСЕЙЛЗ"
Скорочена назва	ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ"
Назва англійською	EASTSALES LIMITED LIABILITY COMPANY (EASTSALES LLC)
Статус	Не перебуває в процесі припинення

Код ЄДРПОУ	44613821
Дата реєстрації	30.12.2021 (2 роки 2 місяці)
Уповноважені особи	Янушев Ігор Володимирович
Розмір статутного капіталу	25 000,00 грн.
Організаційно-правова форма	Товариство з обмеженою відповідальністю
Види діяльності	Основний:
	46.18 Діяльність посередників, що спеціалізуються в торгівлі іншими товарами
	Всього за цим КВЕД: 6 572
	Інші:
	46.19 Діяльність посередників у торгівлі товарами широкого асортименту
	46.45 Оптова торгівля парфумними та косметичними товарами
	46.90 Неспеціалізована оптова торгівля
Контактна інформація	Місцезнаходження: Україна, 7, Вінницька обл., Вінницький р-н, місто Вінниця, вул.Келецька, будинок
Телефон	+380674316434

*Джерело:[28]*

Облік реалізації товарів і розрахунків з покупцями і замовниками зазвичай здійснюється бухгалтерським відділом або фінансовим відділом підприємства. Ці відділи відповідають за фінансовий облік і ведення бухгалтерської звітності, включаючи облік доходів від реалізації товарів, випуск рахунків та взаєморозрахунки з клієнтами. Крім того, в деяких підприємствах для цих цілей можуть бути використані спеціалізовані програмні засоби для автоматизації процесів обліку та реалізації товарів.

Ці співробітники відділу бухгалтерії разом працюють для забезпечення правильного обліку фінансової діяльності підприємства та вчасного складання фінансової звітності відповідно до вимог законодавства.

Таблиця 2.2

Динаміка активів ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ" за 2021-2023р.р, млн. грн.

Показники	Роки	2022/2021	2023/2022
-----------	------	-----------	-----------

	2021	2022	2023	Абс. відх	Відн. Відх, %	Абс. відх	Відн. Відх,%
Оборотні активи Запаси							
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	447	556	89,2	109	124,38	-466,8	16,04
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	4,5	1,9	0	-2,6	42,22	-1,9	0,00
Інша поточна дебіторська заборгованість	18,2	21,8	0	3,6	119,78	-21,8	0,00
Гроші та їх еквіваленти	101,2	136,7	113,7	35,5	135,08	-23	83,17
Усього	570,9	716,4	202,9	145,5	125,49	-513,5	28,32

*Джерело: розраховано автором*

Оборотні активи підприємства зростали з 570,9 млн. грн.у 2021 році до 716,4 млн. грн.у 2022 році, але потім стрімко зменшилися до 202,9 млн. грн.у 2023 році. Це може свідчити про можливі проблеми з ліквідністю або збалансованістю активів. Запаси підприємства збільшилися з 447 млн. грн.у 2021 році до 556 млн. грн.у 2022 році, але потім відмітили спад до 89,2 млн. грн.у 2023 році. Це може свідчити про зміни в стратегії управління запасами або про зміну ринкових умов. Дебіторська заборгованість підприємства за продукцію, товари, роботи, послуги зросла з 447 млн. грн.у 2021 році до 556 млн. грн.у 2022 році, але потім стрімко зменшилася до 89,2 млн. грн.у 2023 році. Це може свідчити про проблеми з відшкодуванням боргів від покупців. Гроші та їх еквіваленти зросли з 101,2 млн. грн.у 2021 році до 136,7 млн. грн.у 2022 році, але потім знову відмітили спад до 113,7 млн. грн.у 2023 році. Це може бути пов'язано зі змінами в стратегії управління грошовими потоками. У цілому, важливо враховувати всі ці показники при аналізі фінансового стану підприємства і прийнятті стратегічних рішень щодо його діяльності.

Таблиця 2.3

Динаміка власного капіталу ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ" за 2021-2023р.р млн.грн

Показники	Роки			2022/2021		2023/2022	
	2021	2022	2023	Абс. відх	Відн. Відх	Абс. відх	Відн. Відх
Власний зареєстрований капітал (пайовий) капітал	20	25	25	5	125,00	0	100,00

Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	51,1	45,2	199,3	-5,9	88,45	154,1	440,93
Усього	51,1	45,2	199,3	-5,9	88,45	154,1	440,93

*Джерело: розраховано автором*

За наданими даними, власний капітал ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ" показує різку динаміку за період з 2021 по 2023 рік. Зареєстрований (пайовий) капітал залишався стабільним на рівні 25 одиниць протягом усього періоду. Нерозподілений прибуток спочатку зменшувався з 51,1 млн. грн. у 2021 році до 45,2 млн. грн. у 2022 році, але потім стрімко зріс до 199,3 млн. грн. у 2023 році. Це може свідчити про позитивну динаміку фінансового стану підприємства та його здатність генерувати прибуток. У цілому, збільшення власного капіталу з 51,1 млн. грн. у 2021 році до 199,3 млн. грн. у 2023 році вказує на позитивну фінансову динаміку та можливість розвитку компанії.

Аналізуючи фінансові показники ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ" за період з 2021 по 2023 рік, можна відзначити позитивну динаміку у багатьох аспектах діяльності компанії. Чистий дохід від реалізації продукції зріс із 245,1 млн. грн. у 2021 році до 459,8 млн. грн. у 2023 році, що свідчить про успішну стратегію продажу товарів та послуг. Нерозподілений прибуток також збільшився з 51,1 млн. грн. у 2021 році до 199,3 млн. грн. у 2023 році, що свідчить про здатність компанії генерувати прибуток.

Таблиця 2.4

Динаміка фінансових показників ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ" за 2021-2023р.р

млн.грн

Показники	Роки			2022/2021		2023/2022	
	2021	2022	2023	Абс. відх	Відн. Відх	Абс. відх	Відн. Відх
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	245,1	365,3	459,8	120,2	149,04	94,50	125,87
Інші операційні доходи	269,5	312,5	285	43	115,96	-27,50	91,20
Інші витрати	7,3	7,6	7,6	0,3	104,11	0,00	100,00
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	80,1	45,2	174,8	-34,9	56,43	129,60	386,73
Чистий фінансовий результат: прибуток	80,1	45,2	154,1	-34,9	56,43	108,90	340,93

*Джерело: розраховано автором*

Проте, інші операційні доходи спочатку зросли до 312,5 млн. грн. у 2022 році, але потім впали до 285 млн. грн. у 2023 році. Це може бути пов'язано з коливанням в інших джерелах доходів підприємства. Фінансовий результат до оподаткування показав певну нестабільність, зі зниженням у 2022 році та пізнішим зростанням до 174,8 млн. грн. у 2023 році. Це може бути наслідком змін у фінансовій політиці компанії.

У цілому, аналіз фінансових показників ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ" свідчить про позитивну динаміку та потенціал для подальшого розвитку. Однак, компанія може звернути увагу на оптимізацію інших операційних доходів та стабілізацію фінансового результату до оподаткування для досягнення більш стійкої фінансової позиції.

Отже, фінансовий стан ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ" за період з 2021 по 2023 рік показує наявність значних змін у фінансовій діяльності компанії. Протягом цього періоду спостерігається певне покращення фінансових показників, зокрема збільшення оборотних активів та чистого доходу від реалізації продукції. Однак варто відзначити, що компанія також збільшила залежність від позикового капіталу та має негативний коефіцієнт забезпечення запасів власним капіталом, що може становити ризик для її фінансової стійкості.

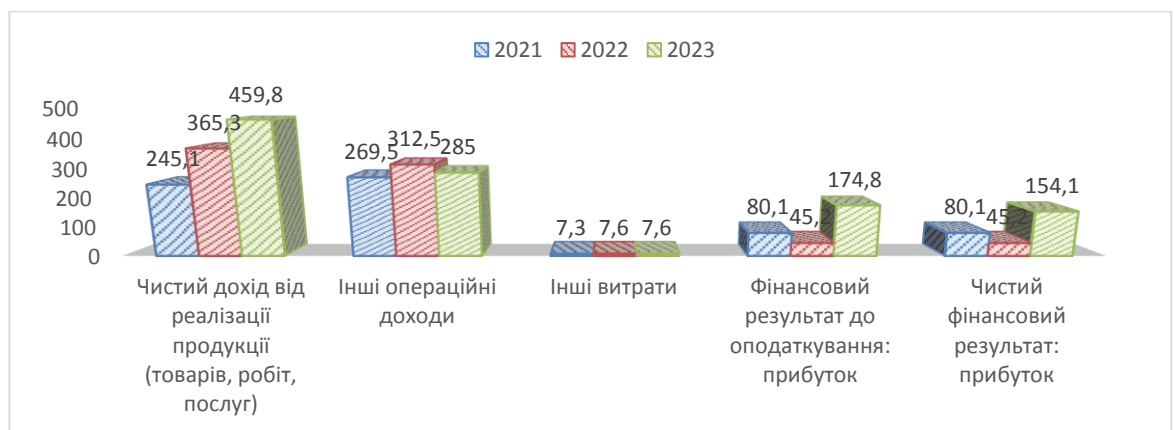


Рис. 2.2. Динаміка фінансових показників ТОВ 'ІСТСЕЙЛЗ' за 2021-2023рр

*Джерело: складено автором*

Таким чином, компанія може здійснювати активну фінансову політику для покращення свого фінансового стану та забезпечення стійкого розвитку в майбутньому.

Таблиця 2.5

Динаміка коефіцієнтів фінансової незалежності ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ" за 2021-2023р.р

Показники	Роки			2022/2021		2023/2022	
	2021	2022	2023	Абс. відх	Відн. Відх	Абс. відх	Відн. Відх
Коефіцієнт концентрації позикового капіталу	0,87	0,94	0,02	0,07	107,59	-0,92	1,89
Коефіцієнт фінансової залежності	7,76	15,85	1,02	8,09	204,37	-14,83	6,42
Коефіцієнт концентрації поточної заборгованості	0,60	0,94	0,02	0,33	154,99	-0,92	1,89
Коефіцієнт фінансової стійкості	0,15	0,07	55,36	-0,08	45,48	55,29	82233,30
Коефіцієнт фінансового леверажу	6,76	14,85	0,02	8,10	219,88	-14,84	0,12

*Джерело: розраховано автором*

Аналіз коефіцієнтів фінансової незалежності ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ" за 2021-2023 роки вказує на значні зміни у фінансовій стратегії підприємства. Коефіцієнт концентрації позикового капіталу спочатку зрос до 0,94 у 2022 році, але потім різко впав до 0,02 у 2023 році, що може свідчити про зміну у стратегії фінансування. Коефіцієнт фінансової залежності показав подібну динаміку, зі зростанням до 15,85 у 2022 році і падінням до 1,02 у 2023 році, що може вказувати на зміни у структурі заборгованості та погашенні позик. Коефіцієнт фінансової стійкості значно зрос до 55,36 у 2023 році, що свідчить про покращення фінансового стану підприємства. Кінцевий коефіцієнт фінансового леверажу показав різке зменшення у 2023 році, що може бути результатом змін у структурі капіталу та управління фінансами. У цілому, ці зміни вказують на активну фінансову стратегію компанії та її здатність адаптуватися до змін у фінансовому середовищі.

Таблиця 2.6

Динаміка коефіцієнтів фінансових показників ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ" за  
2021-2023р.р

Показники	Роки			2022/2021		2023/2022	
	2021	2022	2023	Абс. відх	Відн. Відх	Абс. відх	Відн. Відх
Коефіцієнт забезпечення запасів власним капіталом	- 0,60	- 0,94	-0,02	-0,33	154,99	0,92	1,89
Коефіцієнт маневреності оборотних активів	0,40	0,06	0,98	-0,33	15,89	0,92	1563,75
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	4,42	1,00	1,00	-3,42	22,54	0,00	100,44
Коефіцієнт маневреності позикового капіталу	0,65	0,07	55,36	-0,59	10,25	55,29	82598,78

*Джерело: розраховано автором*

Аналіз коефіцієнтів фінансових показників ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ" за період з 2021 по 2023 рік вказує на значні зміни в фінансовому стані компанії. Перший коефіцієнт, що відображає забезпечення запасів власним капіталом, демонструє позитивну тенденцію зі зростанням з -0,60 у 2021 році до -0,02 у 2023 році, що може вказувати на покращення фінансової стійкості підприємства. Другий коефіцієнт, який відображає маневреність оборотних активів, також зростає з 0,40 у 2021 році до 0,98 у 2023 році, що свідчить про покращення управління оборотними активами та ефективне використання ресурсів компанії. Третій та четвертий коефіцієнти вказують на зміни у фінансовій структурі та стратегії компанії, зменшення власного капіталу та збільшення залежності від позикових коштів. Ці зміни свідчать про активну фінансову політику та здатність компанії адаптуватися до змін у фінансовому середовищі.

Отже, фінансовий стан ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ" за період з 2021 по 2023 рік показує наявність значних змін у фінансовій діяльності компанії.

Протягом цього періоду спостерігається певне покращення фінансових показників, зокрема збільшення оборотних активів та чистого доходу від реалізації продукції. Однак варто відзначити, що компанія також збільшила залежність від позикового капіталу та має негативний коефіцієнт забезпечення

запасів власним капіталом, що може становити ризик для її фінансової стійкості.

Таким чином, компанія може здійснювати активну фінансову політику для покращення свого фінансового стану та забезпечення стійкого розвитку в майбутньому.

## **2.2 Первинний облік реалізації товарів.**

На підприємстві використовується автоматизована система обліку на основі комп'ютерної програми Microsoft Dynamics NAV. Ця програма є інтегрованою системою управління, яка дозволяє вести бухгалтерський облік та управляти фінансами, складським обліком, замовленнями та іншими аспектами діяльності підприємства.

Основні функції Microsoft Dynamics NAV включають створення баз даних контрагентів, облік товарів та послуг, контроль за фінансовими потоками, формування звітності та аналіз фінансової діяльності підприємства. Користувачам надається можливість швидко отримувати доступ до необхідної інформації у зручній для них формі.

Головний бухгалтер відповідає за належне функціонування цієї системи та надійність обліку. Використання комп'ютеризованої системи дозволяє підприємству підвищити ефективність управління фінансами та оптимізувати бухгалтерські процеси.

На ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ" процес отримання товарних запасів від постачальників організований через відділ постачання. Цей відділ веде спеціальний журнал, в якому фіксуються дані про контракти на постачання, а також інформація про асортимент, кількість і ціну запасів. Для оплати отриманих товарів виписується рахунок-фактура на адресу підприємства. Залежно від умов контрактів, доставка товарів може здійснюватися як постачальником, так і самим підприємством.

Таблиця 2.7

Документальне оформлення операцій з реалізації товарів ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ"

Документ	Призначення
Договір	Узгодження умов поставки товарів або послуг між покупцем та підприємством.
сертифікат спеціалізація	Документ, що підтверджує відповідність товару або послуги встановленим стандартам чи вимогам.
специфікація	Деталізований перелік характеристик товару або послуги, який може бути включений до договору.
посвідчення	Офіційний документ, що підтверджує якість або стан товару або послуги.
накладні	Документи, які використовуються для відстеження переміщення товарів від постачальника до покупця.
Рахунок-фактури	Документи, які виставляються покупцям та містять інформацію про товари чи послуги, їх ціну та кількість.
Товарно-транспортні накладні	Документи, які супроводжують відправлення товарів та містять інформацію про їх перевезення.
Прибутковий ордер	Документ, який використовується для оформлення отримання платежу від покупця.
Акт приймання	Документ, що підтверджує факт отримання товару або послуги та їх відповідність умовам договору.
Довіреність	Офіційний документ, який надає повноваження представникові здійснювати певні дії від імені компанії.

*Джерело: узагальнено автором*

Товари, які зберігаються на складах ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ", продаються через складську форму реалізації. Це дозволяє обслуговувати більше клієнтів за рахунок маленьких запасів товарів та швидкого постачання асортименту. Однак ця форма реалізації призводить до збільшення витрат на обіг товарів. Тому компанія планує об'єднати складську та транзитну форми реалізації для ефективного та якісного обслуговування клієнтів. Товари відправляються зі складів на підставі різноманітних документів, таких як рахунки-фактури, акти приймання, накладні та інші, які підтверджують обіг товарів та їхню вартість.

Програма Microsoft Dynamics NAV використовується для бухгалтерського обліку на підприємстві і має два рівні: склад і бухгалтерія. Вона дозволяє вирішувати завдання з обліку товарів, їх відвантаження та реалізації в умовах розподіленої системи обробки даних. Програма працює в двох режимах: регламентному і запитному. Регламентний режим забезпечує отримання повної інформації у формі машинограм, тоді як запитний режим

надає інформацію за вимогами користувача, яка може бути представлена у вигляді зображення на екрані монітора або у формі машинограм.

На першому рівні розташовані облікові функції, які відповідають за реєстрацію та контроль реалізації і відвантаження товарів. Головне меню складається з таких пунктів як вхід, рахунок-накладна, платіжна вимога, доручення, картка обліку товарів, квитанція про відпуск товарів, нормативно-довідкова інформація, введення інформаційної бази та вихідна інформація.

Початковим етапом роботи на комп'ютері бухгалтера є формування інформації, яка містить стандартні та довідкові дані. Для цього у головному меню обирається опція "Нормативно-довідкова інформація", після чого наступним кроком вибирається необхідний довідник або стандартна інформація, наприклад, ціни на товари, перелік фірм, співробітників, торгові націнки тощо. Коли вибирається один із довідників, відображається його структура, яка може включати групу товарів, номер, найменування, одиницю виміру, ціну за одиницю виміру у валюті та синтетичний облік. Цей довідник допомагає в оцінці товарів у грошових одиницях та для автоматизації обліку.

У системі обліку товарів ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ" кожна партія товарів отримує унікальний номер, який використовується для фіксації її прибуття та видачі. Для кожної партії товарів створюється спеціальний ярлик із зазначенням номера партії. Цей номер вказується у всіх пов'язаних з партією документах та в картці обліку на складі.

Партія товарів - це група однорідних товарів, яка надійшла за одним або кількома транспортними документами від одного постачальника. Вона може складатися з товарів одного виду, які надійшли одним видом транспорту або за декількома транспортними документами, проте без розбіжностей за якістю та кількістю. Кожна партія товарів реєструється у спеціальному журналі, призначеному для обліку матеріальних цінностей.

Кожна партія товарів має свій порядковий номер реєстрації, який відображається у видаткових документах. Матеріально-відповідальна особа відкриває для кожної партії товарів партійну картку у двох примірниках: один

для складу інший для бухгалтерії. У прибутковій частині картки фіксується інформація про надходження товарів, включаючи номер і дату супровідного документа, назву товарів, кількість, місце зберігання тощо. У витратній частині вказуються дата відпуску товарів, номер документа, кількість відпущених товарів, підсумки за місяць і залишки на кінець місяця.

Після повного відпуску всіх матеріальних цінностей з певної партії, відповідальна особа закриває партійну карту. Також складається акт про витрати цих цінностей, який підписується керівником складу. Форма цього акту залежить від типу цінностей та наявних відхилень від зареєстрованої кількості. Переваги партійного обліку включають можливість визначення витрат партії цінностей без проведення повної інвентаризації, підвищений контроль за збереженням цінностей та зниження втрат. Недоліки включають неефективне використання складських приміщень та обмежену можливість оперативного управління запасами через розподіл одного типу цінностей між різними партіями

Отже, ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ" використовує комп'ютерні програми для бухгалтерського обліку і керування складом, що сприяє ефективнішій роботі підприємства. Робота з програмами дозволяє забезпечувати якісний та своєчасний облік товарів, реалізацію та відвантаження. Крім того, використання різних режимів інформаційних систем сприяє зручності та ефективності у роботі персоналу.

### **2.3 Синтетичний та аналітичний облік реалізації товарів.**

У ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ" облік товарів на складі ведеться за цінами, за якими їх було куплено. Надходження товарів від постачальників за їх купівельною вартістю, без ПДВ, реєструється в журналі-ордері за кредитом рахунку 631. Вхідний ПДВ з цих операцій відносять до податкового кредиту за дебетом рахунку 641 та кредитом рахунку 631.

Під час продажу товарів за їх вартістю придбання, вони списуються з рахунку 281 на рахунок 902 "Собівартість реалізованих товарів". При цьому вартість продажу товарів, включаючи націнку, відображається на рахунку 702 "Дохід від реалізації товарів". Крім того, ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ" сплачує податок на додану вартість за стандартною ставкою (20%). Сума ПДВ, яка належить сплаті до бюджету, відображається на рахунку 702 за дебетом і на рахунку 64 "Розрахунки з податків і платежів" за кредитом. Відправка (реалізація) товарів покупцям відображається в облікових документах за рахунком 361 "Розрахунки з вітчизняними покупцями". Погашення заборгованості покупців за товари відображається в журналі-ордері за рахунком 361 та в облікових документах за рахунками 301 та 311.

За рахунком 791 "Результат операційної діяльності" відображається виручка без ПДВ, а також витрати, пов'язані з основною діяльністю підприємства, такі як покупна ціна товарів, адміністративні витрати, витрати на збут, витрати іншої операційної діяльності та податок на прибуток. Шляхом порівняння оборотів по дебету та кредиту рахунку 791 визначається валовий дохід оптового підприємства, який отримується за рахунок реалізації товарів з урахуванням оптово-збутових знижок та націнок, і призначений для покриття витрат та отримання прибутку.

В цілому, використання синтетичного та аналітичного обліку реалізації товарів дозволяє ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ" ефективно управляти своєю діяльністю та досягати поставлених цілей.

Аналітичний облік доходів від продажу ведеться з урахуванням різних категорій продукції, товарів, робіт, послуг, а також регіонів збуту та інших визначених напрямків, що визначає підприємство. Цей аналітичний процес допомагає зрозуміти, які чинники впливають на доходність компанії та де можна виявити потенційні можливості для підвищення прибутковості.

Рахунок 704 "Вирахування з доходу" у бухгалтерському обліку використовується для відображення сум, які знімаються з доходу після продажу товарів чи послуг. Це можуть бути різноманітні виплати та витрати,

такі як надані знижки покупцям після реалізації, вартість поверненої покупцем продукції та інші суми, які підлягають вирахуванню з доходу.

У дебеті рахунку 704 відображаються суми, що вираховуються з доходу, тобто вони зменшують прибуток підприємства. Це включає витрати та виплати, які стосуються реалізації продукції та послуг. За кредитом субрахунку 704 відображається списання дебетових оборотів на рахунок 79 "Фінансові результати". Це означає, що суми, які раніше були відображені у дебеті рахунку 704, тепер списуються з прибутку підприємства і переносяться на фінансові результати.

Рахунок 70 "Доходи від реалізації" є ключовим інструментом в обліку всіх доходів, що надходять від продажу продукції, товарів, робіт та послуг. Він служить для узагальнення і систематизації фінансової інформації про суми, отримані підприємством в результаті його комерційної діяльності. Це можуть бути як грошові кошти, так і вартість інших активів, отриманих у відповідь на реалізацію продукції чи послуг.

Основними складовими доходів, що відображаються на цьому рахунку, є виручка від продажу готової продукції чи товарів, отримані вартість виконаних робіт, а також оплата за надані послуги. При цьому, рахунок також відображає будь-які знижки чи зниження цін, надані покупцям, які впливають на загальний обсяг доходів підприємства. Крім цього, до доходів можуть бути віднесені будь-які інші отримані суми, які стосуються реалізації продукції чи послуг.

Важливою функцією рахунку 70 є забезпечення належного обліку та аналізу доходів підприємства, що дозволяє керівництву приймати обґрунтовані рішення з питань фінансового управління та стратегічного планування. Такий аналіз дозволяє виявляти тенденції у розвитку бізнесу, оцінювати ефективність різних напрямків діяльності та вчасно реагувати на зміни в економічному середовищі.

Таблиця 2.8

Зменшення доходу при поверненні товару ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ"

№	Зміст господарської операції	дебет	кредит
1	Відображено дохід від реалізації	361	701
2	Нараховано податкові зобов'язання з ПДВ	701	641
3	Списано справедлива вартість товару	901	28
4	Надійшли кошти від ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ"	311	361
5	Повернуто товар	704	361
6	Скориговано суму податкових зобов'язань з ПДВ (методом "червоне сторно")	704	641
7	Сторновано справедлива вартість реалізованого товару (методом "червоне сторно")	901	28
8	Списано дохід від реалізації товару на фінансові результати	701	791
9	Списано справедлива вартість реалізованого товару	791	901

Джерело:[22]

Розглядаючи подану таблицю, можна визначити ряд операцій, які відбулися у зв'язку з поверненням товару ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ". Перша операція полягала у відображенні доходу від реалізації товару на рахунок 361 та його зарахуванні на рахунок 701. Далі було нараховано податкові зобов'язання з ПДВ, що відобразилося списанням з рахунку 701 та зарахуванням на рахунок 641.

Після цього була проведена операція списання справедливої вартості товару через рахунок 901 та його зарахування на рахунок 28. Надалі надійшли кошти від ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ", які були отримані через рахунок 311 та зараховані на рахунок 361.

Повернення товару було відображено списанням з рахунку 704 та зарахуванням на рахунок 361. Після цього було скориговано суму податкових зобов'язань з ПДВ методом "червоного сторна" через рахунок 704 і рахунок 641.

Також було здійснено сторнування справедливої вартості реалізованого товару методом "червоного сторна" через рахунок 902 і рахунок 28. Подальше списання доходу від реалізації товару на фінансові результати було відображено списанням з рахунку 702 та зарахуванням на рахунок 791.

На завершальному етапі була проведена операція списання справедливої вартості реалізованого товару через рахунок 791 і його зарахування на рахунок 902. Ця послідовність операцій дозволяє відстежити всі фінансові рухи, що сталися в результаті повернення товару ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ".

## 2.4. Шляхи удосконалення обліку реалізації товарів.

Результати аналізу ситуації з управлінням продажами у ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ" показали наявність деяких проблем, які потребують уважного розв'язання. Особливо важливо налагодити систему обліку операцій з продажу товарів таким чином, щоб мати можливість детально аналізувати та контролювати їх. Це допоможе приймати обґрунтовані рішення та підвищить ефективність управління процесом продажу. Також ця оновлена система сприятиме оптимізації внутрішніх процедур у підприємстві.

Оскільки головною метою бухгалтерського обліку продажів є забезпечення корисної інформації для ухвалення рішень, слід розглянути деталізацію рахунків так, щоб вони належним чином відображали систему управління продажами. Введення рахунків "Дохід від реалізації товарів" і "Вирахування з доходу", разом із застосуванням підрахунків і аналітичних рахунків у внутрішньому управлінському обліку, буде корисним для розширення інформаційної бази. За допомогою використання синтетичних рахунків, можна виділити окремо дохід від реалізації товарів усього доходу компанії "ІСТСЕЙЛЗ" залежно від методів, які використовуються для активізації продажів товарів. Це відкриває можливість проведення докладного аналізу процесу продажів, а також дозволяє вирішувати питання щодо ефективності застосування різних маркетингових інструментів. Такий підхід допомагає приймати більш обґрунтовані управлінські рішення в процесі формування чистого прибутку підприємства.

Таблиця 2.9

Синтетичні рахунки, субрахунки та аналітичні рахунки обліку  
торговельних доходів/

Синтетичні рахунки, субрахунки (рахунки першого, другого порядків)	Аналітичні рахунки (субрахунки третього порядку)
702 « Дохід від реалізації товарів»	7021 «Дохід від реалізації товарів»

	7022 «Дохід від реалізації товарів за дисконтними картками»
	7023 «Дохід від реалізації товарів зі знижками»
	7024 «Дохід від реалізації товарів у період розпродажу»
	7025 «Дохід від реалізації товарів за іншими заходами впливу на обсяги продажу товарів»
704 «Вирахування з доходу»	7041 «Вирахування з доходу за товари, повернені покупцями»
	7042 «Сума знижок, наданих покупцям»
	7043 «Інші вирахування з доходу»

Джерело:[26]

За допомогою використання синтетичних рахунків, можна виділити окремо дохід від реалізації товарів усього доходу компанії "ІСТСЕЙЛЗ" залежно від методів, які використовуються для активізації продажів товарів. Це відкриває можливість проведення докладного аналізу процесу продажів, а також дозволяє вирішувати питання щодо ефективності застосування різних маркетингових інструментів. Такий підхід допомагає приймати більш обґрунтовані управлінські рішення в процесі формування чистого прибутку підприємства.

У ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ" часто виникає проблема нестачі інформації щодо витрат у розрізі встановленої номенклатури статей. Це ускладнює аналіз фінансової діяльності та прийняття обґрунтованих управлінських рішень. У зв'язку з цим, для поліпшення системи обліку витрат у торговельних підприємствах, пропонується застосовувати інтегровану методику фінансового і управлінського обліку.

В рамках цієї методики передбачено введення рахунків внутрішньогосподарського управлінського обліку до системи рахунків фінансового обліку підприємств. Це дозволить детально відслідковувати витрати за окремими елементами і забезпечить більш точний аналіз витрат. Для цього необхідно відкрити рахунки третього і четвертого порядків - субрахунки і аналітичні рахунки внутрішньогосподарського управлінського обліку відповідно до вимог Плану рахунків бухгалтерського обліку.

Для розвитку попередніх пропозицій щодо побудови обліку витрат на підприємствах споживчої кооперації, запропоновано структуру субрахунків і аналітичних рахунків у внутрішньогосподарському управлінському обліку торговельних витрат. Ця структура дозволить деталізувати і категоризувати витрати для більш точного аналізу та контролю над ними. Вона допоможе зрозуміти, на які конкретні цілі йдуть витрати, і як це впливає на фінансовий стан підприємства.

Таблиця 2.10

Синтетичні рахунки, субрахунки та аналітичні собівартість  
реалізованих товарів

902 «Собівартість реалізованих товарів»	9021 «Собівартість реалізованих товарів оптової торгівлі»	Витрати на товарозабезпечення за місцями зберігання товарів
		Витрати на товарозабезпечення за працівниками
	9022 «Собівартість реалізованих товарів роздрібною торгівлі»	Витрати на товарозабезпечення за видами ТМЦ
		Витрати на товарозабезпечення за статтями витрат

Джерело: [13]

Аналіз рахунка 902 «Собівартість реалізованих товарів» включає розподіл витрат на субрахунки 9021 «Собівартість реалізованих товарів оптової торгівлі» та 9022 «Собівартість реалізованих товарів роздрібною торгівлі». Витрати на товарозабезпечення можуть розподілятися за місцями зберігання товарів (склади, логістика), працівниками (заробітна плата, навчання), видами товарно-матеріальних цінностей (різні категорії товарів), та статтями витрат (транспортування, упаковка, зберігання, страхування). Такий детальний облік дозволяє компанії точно оцінювати собівартість реалізованих товарів і оптимізувати процеси товарозабезпечення, що сприяє зниженню загальних витрат і підвищенню прибутковості.

Таблиця 2.11

Синтетичні рахунки, субрахунки та аналітичні рахунки 911

911 «Витрати на зберігання товарів»	9111 «Витрати на зберігання товарів оптової торгівлі»	Витрати на зберігання товарів за місцями виникнення
	9112 «Витрати на зберігання товарів роздрібною торгівлі»	Витрати на зберігання товарів за відповідальними працівниками
		Витрати на зберігання товарів за статтями витрат

Джерело: [11]

Рахунок 911 "Витрати на зберігання товарів" відображає витрати, пов'язані зі зберіганням товарів, і поділяється на два підрозділи: 9111 "Витрати на зберігання товарів оптової торгівлі" та 9112 "Витрати на зберігання товарів роздрібною торгівлі". Ці витрати можуть бути уточнені за наступними категоріями:

1. Місцями виникнення: Це включає витрати, пов'язані з конкретними місцями зберігання товарів, такими як склади або торгові точки. Сюди можуть входити витрати на оренду приміщень, утримання інфраструктури, комунальні послуги та інші затрати, пов'язані з утриманням місць зберігання.

2. Відповідальними працівниками: Це охоплює витрати, пов'язані з персоналом, відповідальним за зберігання товарів. Сюди можуть включатися заробітна плата, соціальні виплати, навчання та інші затрати, пов'язані з персоналом складу або торгової точки.

3. Статтями витрат: Це включає різні види витрат на зберігання товарів, такі як витрати на охорону, обслуговування обладнання для зберігання, упаковку та інші операційні витрати.

Такий детальний розподіл допомагає підприємствам ефективно керувати та контролювати свої витрати на зберігання товарів як в оптовій, так і в роздрібній торгівлі. Аналіз рахунка 911 «Витрати на зберігання товарів» включає розподіл на субрахунки 9111 «Витрати на зберігання товарів оптової торгівлі» та 9112 «Витрати на зберігання товарів роздрібною торгівлі».

Таблиця 2.12

#### Синтетичні рахунки, субрахунки та аналітичні рахунку 92

92 «Адміністративні витрати»	9210 «Адміністративні витрати підприємств»	Адміністративні витрати за місцями виникнення
	9202 «Адміністративні витрати споживспілок»	Адміністративні витрати за відповідальними працівниками

*Джерело: [11]*

Аналіз рахунка 911 «Витрати на зберігання товарів» включає розподіл на субрахунки 9111 «Витрати на зберігання товарів оптової торгівлі» та 9112 «Витрати на зберігання товарів роздрібною торгівлі». Витрати на зберігання товарів класифікуються за місцями виникнення (склади, торгові точки, оренда, охорона, комунальні послуги), відповідальними працівниками (заробітна плата, соціальні внески, навчання персоналу) та статтями витрат (транспорткування, пакування, страхування, утримання обладнання). Такий детальний облік витрат дозволяє компанії ефективно контролювати і оптимізувати витрати на зберігання товарів, що сприяє зниженню загальних операційних витрат і підвищенню ефективності діяльності.

Таблиця 2.13

Синтетичні рахунки, субрахунки та аналітичні собівартість  
реалізованих товарів

93 «Витрати на збут»	9301 «Витрати на збут оптової торгівлі»	Витрати на збут за місцями виникнення
	9302 «Витрати на збут роздрібною торгівлі»	Витрати на збут за відповідальними працівниками
		Витрати на збут за статтями витрат

*Джерело: узагальнено автором*

Рахунок 93 «Витрати на збут» поділяється на два підрозділи: 9301 «Витрати на збут оптової торгівлі» та 9302 «Витрати на збут роздрібною торгівлі». Ці витрати можуть бути класифіковані за кількома аспектами:

1. Місцями виникнення: Це включає витрати, пов'язані з конкретними підрозділами або торговими точками, такими як оренда приміщень, утримання інфраструктури, реклама та маркетинг.

2. Відповідальними працівниками: Сюди входять витрати на заробітну плату, комісійні виплати, навчання та інші витрати, пов'язані з персоналом, який безпосередньо займається збутом.

3. Статтями витрат: Це включає витрати на різні аспекти збуту, такі як реклама, упаковка, транспортні витрати, послуги посередників та інші операційні витрати.

Цей розподіл витрат допомагає компанії ефективно контролювати та аналізувати свої витрати на збут, як в оптовій, так і в роздрібній торгівлі.

Під час аналізу рахунків, поданих у таблиці, важливо звернути увагу на значущість виділення торговельних витрат на рівні аналітичного обліку. Особливо важливо розглядати їх за місцями зберігання товарів, їх видами, а також за працівниками, відповідальними за формування цих витрат. Такий підхід дозволить отримати детальну інформацію про те, куди саме спрямовуються витрати, і як це впливає на фінансовий стан підприємства. Також важливо враховувати статті витрат роздрібною торгівлі, оскільки вони відображають основні напрямки витратних затрат у цьому секторі.

### **РОЗДІЛ 3. МЕТОДИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ РЕАЛІЗАЦІЇ ТОВАРІВ НА ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ"**

#### **3.1. Аналіз реалізації товарів.**

Основними показниками обсягу виробництва є товарна, валова та реалізована продукція. Показники ефективності діяльності підприємства є важливими для аналізу його продуктивності та конкурентоспроможності. Поряд із валовою та реалізованою продукцією, варто також враховувати товарну продукцію, яка відображає вартість всіх виготовлених та реалізованих товарів та послуг, з урахуванням знижок, повернень і вартості послуг, наданих підприємством.

Валова продукція – це сукупна вартість всіх товарів і послуг, які були вироблені підприємством протягом певного періоду часу (зазвичай за рік), не враховуючи витрат на їх виробництво. Вона включає в себе вартість вироблених товарів і послуг перед вирахуванням витрат на їх виробництво, таких як витрати на сировину, матеріали, працю, амортизацію обладнання тощо. Валова продукція є важливим показником економічної діяльності підприємства і використовується для оцінки його продуктивності та ефективності.

Обсяг реалізованої продукції - це кількість продукції (товарів або послуг), яку підприємство продало своїм клієнтам протягом певного періоду часу (зазвичай за місяць, квартал або рік). Цей показник відображає реальний обсяг продукції, який було здійснено підприємством і який було вдалося реалізувати на ринку. Обсяг реалізованої продукції є важливим показником фінансової діяльності підприємства і може бути використаний для оцінки його ефективності та конкурентоспроможності.

Так, існує декілька підходів до визначення обсягу реалізованої продукції у вартісному вираженні. Основні з них:

1. По виробництву: обсяг реалізованої продукції визначається як сума вартості всієї виробленої продукції, включаючи як продану, так і залишену на складі на кінець звітного періоду. Цей підхід враховує загальний обсяг виробництва без урахування реалізації.

2. По реалізації: обсяг реалізованої продукції визначається як сума вартості всіх продуктів, які були продані підприємством протягом звітного періоду. Цей підхід враховує лише продукцію, яка була фактично реалізована.

3. По відвантаженню: обсяг реалізованої продукції визначається як сума вартості всіх продуктів, які були відвантажені (відправлені) клієнтам протягом звітного періоду. Цей підхід враховує рух продукції з підприємства до споживачів.

Аналітик, проводячи економічний аналіз, для забезпечення зіставності вихідних даних має враховувати можливі варіанти визначення обсягу реалізованої продукції у вартісному вираженні. Важливо відрізнити обсяги по виробництву, по реалізації та по відвантаженню, оскільки вони можуть давати різні результати при аналізі фінансової діяльності підприємства. Наприклад, обсяг по виробництву може бути вищим за обсяг по реалізації через накопичення товарів на складі, що може свідчити про проблеми з реалізацією. Тому аналітик повинен уточнювати, який саме обсяг реалізованої продукції використовується в аналізі інших фінансових показників для правильного та об'єктивного оцінювання ефективності підприємства.

Таблиця 3.1

## Динаміка виробництва і реалізації продукції ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ"

Найменування продукції	Факт попереднього року, т	Звітний рік		Абсолютне відхилення факту звітного року		Темп росту обсягу продукції звітного року за фактом по відношенню до	
		план, т	факт, т	від плану, т	від факту попереднього року, т	плану, %	обсягу попереднього року, %

Продовження таблиці 3.1

Лотос	2985,3	3219,1	2055,6	- 1163,5	- 929,7	63,9	68,9
Орель БЮ	3370,5	3706,8	2622,7	- 1084,1	- 747,8	70,8	77,8
Орель Універсал	2214,9	1951,0	1701,2	- 249,8	- 513,7	87,2	76,8
Кристал	1059,3	878,0	708,9	- 169,1	- 350,4	80,7	66,9
ВСЬОГО	9630,0	9754,9	7088,4	- 2666,5	- 2541,6	72,7	73,6

Джерело: [27]

Дана таблиця відображає динаміку виробництва і реалізації продукції ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ" за чотири продуктовими позиціями. Аналіз динаміки виробництва та реалізації продукції ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ" за звітний період показує значні зміни. Загалом, обсяг виробництва у звітному році становив 9754,9 тонн, що на 72,7% відповідає плану. У порівнянні з попереднім роком, фактичний обсяг виробництва зрос на 73,6%.

Окремі продуктові позиції демонструють різні тенденції. Продукт "Лотос" показав найбільше відхилення від плану та попереднього року, зменшившись на 1163,5 тонн або 63,9% від плану. Продукти "Орель БІО" та "Орель Універсал" також не досягли запланованого обсягу, з відхиленням у 70,8% та 87,2% відповідно. Продукт "Кристал" показав найменше відхилення від плану, зменшившись на 80,7%. Найменше відхилення від плану продемонстрував продукт "Кристал", що свідчить про його стабільність у виробництві та реалізації.

Таблиця 3.2

Коефіцієнти, що характеризують ефективність каналів каналів реалізації товарів/готової продукції ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ" у 2021-2023 рр.

Коефіцієнти	2021	2022	2023	Динаміка 2023/2021
Рентабельність продукції, %	3,86	3,42	8,38	4,52
Коефіцієнт інтенсивності оборотності товарних запасів	0,25	0,13	0,09	-0,04
Товарооборотність, дні	1460	2807	4055	1248
Частка нереалізованої продукції у вартості товарної маси, %	3,96	3,11	3,22	0,11

Джерело: [27]

На основі наданих даних можна зробити висновок, що ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ" демонструє значне покращення рентабельності продукції у 2023 році порівняно з 2021 роком, що є позитивним сигналом для компанії. Рентабельність зросла з 3,86% у 2021 році до 8,38% у 2023 році. Проте зниження коефіцієнта інтенсивності оборотності товарних запасів з 0,25 до 0,09 і значне збільшення товарооборотності в днях з 1460 до 4055 свідчать про проблеми з ефективністю управління запасами та реалізацією продукції. Це

означає, що продукція довго залишається на складах, що може призвести до підвищення витрат на зберігання та зниження ліквідності. Частка нереалізованої продукції залишається відносно стабільною, трохи збільшившись з 3,96% до 3,22%, що вказує на контрольовані ризики у цій сфері. Для подальшого покращення ефективності каналів розподілу компанії необхідно звернути увагу на оптимізацію управління товарними запасами та прискорення оборотності товарів. Це свідчить про контрольовані ризики у цій сфері, але водночас вказує на необхідність вдосконалення управління запасами та прискорення процесів реалізації.

Отже, в цілому обсяг виробництва продукції зменшився на 2666,5 тонн або 27,6% від плану, але в порівнянні з попереднім роком збільшився на 73,6%, що свідчить про зміни в стратегії виробництва компанії. Результати аналізу свідчать про необхідність подальшої оптимізації виробничих процесів та управління товарними запасами. Для покращення ефективності діяльності ТОВ «ІСТСЕЙЛЗ» важливо звернути увагу на прискорення оборотності товарів, оптимізацію запасів та вдосконалення маркетингових стратегій для збільшення обсягів реалізації. Це допомагає компанії досягти більш стабільних фінансових результатів та підвищити свою конкурентоспроможність на ринку.

Організація механізму роботи з покупцями - одна з найважливіших задач підприємства. На поточний момент ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ" обмежується лише роботою торговельних агентів, які обходять магазини, пропонуючи товари з доставкою. Не дивлячись на те, що даний вид продажів ефективний, існує ряд мінусів. Якість роботи агента цілком залежить від його комунікабельності, зовнішнього вигляду. Уміння наполегливо пропонувати товар дано не кожному.

Недолік у тієї або іншої якості приводить до того, що частина потенційних клієнтів губиться, а в наслідку упереджено відноситься до співробітництва. Для того, щоб максимально скоротити дані недоліки, необхідно прийняти ряд заходів, спрямованих на підвищення ефективності

роботи агентів і підприємства в цілому. Для цього можна використовувати як різні методи керування персоналом, так і маркетингові ходи. Інша сторона роботи з покупцями - це постійна підтримка зв'язків, стимулювання купівельної активності. Це здійснюється за рахунок реклами.

Для ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ" найбільш ефективними інструментами можна назвати наступні:

- розробка фірмового логотипу і знака, фірмової документації, бланків, конвертів, візиток і т.д.;
- виготовлення сувенірної продукції - ручки, запальнички, календарі й інші з метою дарування їх представникам роздрібних торговельних підприємств;
- виготовлення наклейок;
- використання фірмових знаків і логотипів на бортах вантажних машин;

Ще недавно схема успішного розвитку торговельного підприємства виглядала досить просто - розширення асортименту товарів, сервісу. Чималу підтримку цьому робило проведення виробниками рекламних і маркетингових компаній.

### **3.2. Аналіз асортименту товарів на підприємстві**

Асортимент - це перелік товарів або послуг, які пропонуються підприємством для продажу або використання споживачами. Асортимент може бути широким і включати різноманітні товари або послуги, або ж бути спрямованим на конкретний сегмент ринку з обмеженим набором пропозицій. Важливим аспектом асортименту є його адаптація до потреб та побажань цільової аудиторії, що дозволяє підприємству бути конкурентоспроможним на ринку. Аналіз асортименту дозволяє визначити, які товари або послуги є найбільш популярними серед споживачів, а також розробити стратегію

розвитку асортименту для підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Номенклатура - це систематично побудований перелік найменувань товарів, послуг, матеріалів, робіт, які використовуються в певній галузі діяльності. Номенклатура може включати в себе коди, характеристики, ціни, одиниці виміру та інші параметри, які дозволяють однозначно ідентифікувати і описувати кожен елемент списку. Номенклатура є важливим інструментом для організації обліку, управління запасами, планування виробництва та реалізації продукції. Вона допомагає стандартизувати та систематизувати асортимент товарів і послуг.

Структура - це організаційна форма, за якою взаємодіють та функціонують елементи системи або організації. В контексті бізнесу та управління структура організації визначає, як різні підрозділи, підпорядковані частини та посадові особи пов'язані між собою та як вони спільно працюють для досягнення цілей компанії. Структура може бути функціональною, дивізіональною, матричною та іншими типами, в залежності від специфіки організації і її стратегії. Важливою характеристикою структури є її гнучкість та здатність адаптуватися до змін у зовнішньому середовищі та внутрішніх потребах компанії. Іноді структура організації може бути переглянута та перебудована для підтримки нових стратегій або досягнення кращої ефективності.

Оцінка виконання виробничої програми за асортиментом базується на порівнянні фактичного та запланованого випуску продукції, включеної у номенклатуру. Для цього визначають обсяги виробництва кожного товару або послуги, які були заплановані на певний період, і порівнюють їх з фактичними обсягами, які були вироблені й реалізовані. Це дозволяє встановити, наскільки ефективно була виконана виробнича програма та зробити висновки щодо результативності виробництва кожного товару чи послуги.

Перевиконання виробничої програми за окремими об'єктами не приймається у розрахунках, оскільки воно може викривити реальну картину

виконання. Також не зараховуються у виконання асортименту об'єкти, які не були передбачені виробничою програмою, оскільки вони не відображають планової діяльності підприємства.

Показник виконання асортименту не може бути більшим за 100%, оскільки це вказувало б на перевиконання плану. Невиконання програми хоча б за одним об'єктом спричиняє невиконання в цілому за асортиментом, оскільки об'єкти виробничої програми є важливими складовими її результативності.

Таким чином, для коректного аналізу виконання виробничої програми важливо враховувати всі вищезазначені аспекти та керуватися планом, щоб досягти планових результатів у виробництві та реалізації продукції.

Таблиця 3.3

## Розрахунок фактичного обсягу виробництва при плановій структурі

Найменування продукції	План		Фактичний обсяг виробництва при плановій структурі (В'), т Вф × гр. 3
	обсяг виробництва, т	структура, %	
1	2	3	4
Лотос	3219,1	33,0	2339,2
Орель БЮ	3706,8	38,0	2693,6
Орель Універсал	1951,0	20,0	1417,7
Кристал	878,0	9,0	637,9
ВСЬОГО	9754,9	100,0	7088,4

Джерело:[22]

Проте, важливо відзначити, що перевиконання виробничої програми за окремими об'єктами не зараховується у виконання асортименту, а також об'єкти, які не були передбачені в програмі, не враховуються. Таким чином, висновок до таблиці показує, що хоча загальний обсяг виробництва був перевищений, не всі продукти досягли запланованих обсягів, що може вплинути на стратегію виробництва у майбутньому.

Даний розрахунок фактичного обсягу виробництва при плановій структурі ґрунтується на відповідності фактичного обсягу виробництва

плановій структурі, яка визначена в таблиці. Результати представлені у висновку до таблиці.

1. Лотос: Плановий обсяг виробництва 3219,1 тонн, але при плановій структурі (33% від загального обсягу) фактичний обсяг склав 2339,2 тонн.

2. Орель БЮ: Плановий обсяг виробництва 3706,8 тонн, а при плановій структурі (38% від загального обсягу) фактичний обсяг склав 2693,6 тонн.

3. Орель Універсал: Плановий обсяг виробництва 1951 тонн, а при плановій структурі (20% від загального обсягу) фактичний обсяг склав 1417,7 тонн.

4. Кристал: Плановий обсяг виробництва 878 тонн, а при плановій структурі (9% від загального обсягу) фактичний обсяг склав 637,9 тонн.

Загалом, при плановій структурі фактичний обсяг виробництва склав 7088,4 тонн, що співпадає з фактичним обсягом виробництва, визначеним у попередній таблиці.

При використанні третього методу визначення виконання плану з асортименту, продукція, по якій план виконаний або перевиконаний, зараховується у виконання плану по асортименту за ціною, визначеною в плані. Продукція, по якій план не виконаний, ураховується за ціною фактичного випуску. При цьому порівнюються лише ціни на продукцію. Продукція, яка вироблена фактично, але не передбачена планом, не враховується у розрахунках.

Таблиця 3.4

## Розрахунок показників виконання плану з асортименту

Продукція	Випуск продукції у фактичних цінах, тис. грн.		Виконання плану, %	Товарна продукція, що зараховується в виконання плану з асортименту, тис. грн.
	по пану	за фактом		
Лотос	4635,5	2960,1	63,9	2960,1
Орель БЮ	5411,9	3829,1	70,8	3829,1

Орель Універсал	2877,7	2509,3	87,2	2509,3
Кристал	1005,3	811,7	80,7	811,7
ВСЬОГО	13930,4	10110,2	72,6	10110,2

Джерело: [15]

Даний розрахунок показників виконання плану з асортименту ґрунтується на врахуванні випуску продукції у фактичних цінах та виконанні плану за кожною продуктовою позицією. За результатами розрахунків, фактичний випуск продукції склав 13930,4 тис. грн, що становить 72,6% від запланованого обсягу.

Зокрема, продукція "Лотос" була вироблена у кількості 4635,5 тис. грн, що відповідає виконанню плану на рівні 63,9%, та зарахована у виконання плану з асортименту на суму 2960,1 тис. грн. Продукція "Орель БІО" та "Орель Універсал" були вироблені у кількості 5411,9 та 2877,7 тис. грн відповідно, що складає 70,8% та 87,2% від планованого обсягу, і зараховані у виконання плану з асортименту на суми 3829,1 та 2509,3 тис. грн відповідно. Продукція "Кристал" була вироблена у кількості 1005,3 тис. грн, що відповідає виконанню плану на рівні 80,7%, і зарахована у виконання плану з асортименту на суму 811,7 тис. грн.

Таким чином, загальний фактичний випуск продукції та виконання плану з асортименту підтверджує відповідність виробництва запланованим показникам з урахуванням вартості продукції та її обсягу.

Таблиця 3.5

Аналіз асортименту ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ" за внеском товарних груп в товарообіг та прибуток за 2023 р.

№ з/п	Товарна група	Оборот по групі за рік, тис. грн.	Частка в обороті, %	Прибуток по групі за рік	Частка в прибутку, %
	Всього, тис.грн.	6197,47	100	1281,31	100
1	Декоративна косметика	635,6	10,25	161,44	12,6
2	Парфуми для жінок	561,05	9,05	89,77	7,01

3	Нішева парфумерія	538,86	8,69	90,53	7,07
4	Товари для догляду за оселею	522,14	8,43	52,21	4,07
5	Парфуми для чоловіків	446,63	7,21	106,30	8,3
6	Засоби для догляду за волоссям	441,19	7,12	67,50	5,247
7	Ароматизатори	351,67	5,67	47,12	3,68
8	Парфумовані свічки	339,87	5,48	84,97	7,6
9	Атомайзери	314,09	5,07	97,37	5,52
10	Лаки, гелі, основи для нігтів	298,2	4,81	70,67	5,03
11	Інструменти для манікюру та педикюру	280,07	4,52	64,42	4,46
12	Крем, бальзами та маски для обличчя	216,28	3,49	57,10	4,01
13	Ароматична вода, спрей	199,34	3,22	51,43	2,23
14	Захист від сонця	190,54	3,07	28,58	3,14
15	Засоби для догляду для губ	158,94	2,56	40,21	3,16
16	Засоби гоління для чолов.	131,79	2,13	40,46	1,57
17	Косметичні щітки	113,16	1,83	20,14	1,92
18	Біжутерія	98,47	1,59	24,62	1,83
19	Аромати для дому	90,63	1,46	23,38	0,96
20	Спецзасоби	81,74	1,32	12,26	1,22
21	Гігієна і догляд	56,23	0,91	15,63	0,78
22	Лазня і сауна	51,3	0,83	10,00	1,1
23	Сумки, косметички	42,65	0,69	14,07	0,87
24	Інструменти для манікюру та педикюру	37,05	0,59	11,12	6,63

*Джерело[28]*

У 2023 році ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ" досягло загального товарообігу в 6197,47 тис. грн та загального прибутку в 1281,31 тис. грн. Аналіз асортименту показує, що різні товарні групи внесли різний вклад у товарообіг та прибуток компанії. Найбільший вклад в оборот і прибуток забезпечила декоративна косметика (635,6 тис. грн, 10,25% обороту; 161,44 тис. грн, 12,6% прибутку), що свідчить про її високу рентабельність і популярність. Парфуми для жінок та нішева парфумерія також зробили значний внесок, хоча їхня частка в прибутку була трохи меншою. Товари для догляду за оселею мали високий оборот, але нижчу прибутковість. Парфуми для чоловіків показали високу прибутковість при середньому обороті. Групи, як-от атомайзери та лаки, гелі, основи для нігтів, теж внесли вагомий вклад. Водночас, групи з високим оборотом, але низьким прибутком, такі як товари для догляду за оселею і ароматизатори, потребують уваги для підвищення маржинальності. Рекомендовано підтримувати і розвивати високоприбуткові групи,

оптимізувати маржинальність менш прибуткових груп, зосередитись на ефективних маркетингових стратегіях та вивчати ринок для виявлення нових можливостей. Загалом, оптимізація асортименту і підвищення рентабельності можуть значно покращити фінансові показники компанії.

Крім асортименту, структура продукції визначається питомою вагою окремих виробів у загальному обсязі випуску продукції. Дотримання планової структури є важливим, оскільки порушення цієї структури може спричинити недооцінку чи перевищення потреб у деяких виробках, що може вплинути на ефективність виробництва і реалізацію продукції.

Сьогодні можливості оптимізації логістики багатьма торговельними фірмами вже практично вичерпані, а через конкуренцію, що загострилася потенціал зростання самих фірм помітно знизився. У нових умовах підприємства торгівлі можуть домогтися успіху тільки шляхом перенесення акцентів на вивчення потреб покупців. Для того щоб зберегти найбільш вигідних покупців і залучити нових, торговельному підприємству необхідно одержати відповіді на ряд ключових питань.

Допомогти в цьому можуть тільки інформаційні технології. Алгоритм заохочення - на першому етапі вводяться засоби ідентифікації покупця - традиційні магнітні картки або будь-які інші засоби систематичного збору даних для встановлення зв'язку покупець - товар. Це дає можливість розподіляти всіх покупців на кілька категорій, починаючи від постійних і закінчуючи «одноразовими». Це дозволяє також визначити, які товари не користуються попитом і в які групи товарів менш за все цікавлять покупців.

На другому етапі здійснюється фільтрація інформації для виділення «лояльних» покупців. Із загального списку покупців, що враховує їхній розмір, адресу, частоту і вартість зроблених покупок, виділяються групи «кращих», на збереження яких в основному і спрямовуються подальші маркетингові зусилля фірми.

Третій етап присвячений налагодженню довгострокових відносин з покупцями: моделюється їхнє поведіння для встановлення персональних

переваг, розробляється конкретна маркетингова програма, вплив якої на відповідну групу споживачів буде виробляти найбільший ефект. Для того, щоб вибірка була орієнтована на довгострокову роботу з покупцями необхідно врахувати ряд факторів, що визначають якість роботи з покупцем. Так як критерії, що визначають потрібного нам покупця.

Таким критерієм може виступати дохід принесений підприємству в результаті продажу товару конкретному покупцеві. Однак варто враховувати і ряд інших факторів, таких як тривалість роботи з покупцем, середній обсяг замовлення, частота замовлень, стабільність замовлень. Виділення «лояльних» покупців є одним з найпотужніших інструментів при формуванні асортименту і цін. Також дозволяє направити рекламу окремо на залучення нових покупців і утримання старих. Одне з основних умов успішного високих темпів зростання оптового товарообігу - правильна організація.

На ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ" ведеться оперативний контроль, як за відвантаженням, так і за реалізацією товарів. Кожному складу встановлюються плани і графіки постачання товарів окремим покупцям на місяць, по декадах, а нерідко і окремих днях. На підставі даних товарно-транспортних накладних та інших документів у спеціальних таблицях визначають фактичні обсяги відвантаження товарів за день та наростаючим підсумком з початку місяця. За цими даними можна встановити відхилення від плану з поставки товарів за день і з початку місяця окремим одержувачам (в асортиментному розрізі і за загальним обсягом поставки) і прийняти оперативні заходи щодо поліпшення товаропостачання. Застосування ЕОМ дозволить автоматизувати оперативний аналіз відвантаження товарів, оптового товарообігу, руху товару. За допомогою ЕОМ та інших сучасних технічних засобів можна, зокрема, оперативно контролювати, скільки і на які суми виписано товарних і розрахункових документів за відвантажені товари, кому і скільки їх поставлено і як своєчасно сплачуються реалізовані товари.

## ВИСНОВОК

Глибоке розуміння та ефективний облік процесів постачання, виробництва та реалізації, а також управління витратами, є ключем до оптимізації собівартості та досягнення фінансового успіху підприємства. У методиці обліку реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) важливо враховувати різні аспекти, такі як кількість продукції, ціни, обсяги реалізації, а також витрати, пов'язані з цим процесом.

Належний облік дозволяє ефективно керувати процесом реалізації та приймати обґрунтовані управлінські рішення. Методика обліку реалізації продукції є важливою складовою фінансового управління підприємством, сприяючи контролю за реалізацією товарів та послуг і забезпечуючи правильне визначення фінансових результатів.

Аналіз коефіцієнтів фінансових показників ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ" за період з 2021 по 2023 рік вказує на значні зміни в фінансовому стані компанії. Перший коефіцієнт, що відображає забезпечення запасів власним капіталом, демонструє позитивну тенденцію зі зростанням з  $-0,60$  у 2021 році до  $-0,02$  у 2023 році, що може вказувати на покращення фінансової стійкості підприємства. Другий коефіцієнт, який відображає маневреність оборотних активів, також зрос з  $0,40$  у 2021 році до  $0,98$  у 2023 році, що свідчить про покращення управління оборотними активами та ефективне використання ресурсів компанії. Третій та четвертий коефіцієнти вказують на зміни у фінансовій структурі та стратегії компанії, зменшенням власного капіталу та збільшенням залежності від позикових коштів. Ці зміни свідчать про активну фінансову політику та здатність компанії адаптуватися до змін у фінансовому середовищі.

З аналізу роботи ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ" відображає, що підприємство використовує комп'ютерну бухгалтерську програму Microsoft Dynamics NAV для обліку товарів та фінансів. Використання програми дозволяє оптимізувати процеси управління складом, реалізації товарів та обліку фінансів.

Впровадження складської форми реалізації товарів дозволяє підприємству ефективно обслуговувати більшу кількість споживачів за відносно невеликих запасів товарів. Крім того, компанія планує об'єднати складську та транзитну форми реалізації товарів для забезпечення своєчасного та якісного забезпечення споживачів товарами. Організація документообігу на підприємстві відповідає вимогам облікової політики і відображена в наказі про організацію бухгалтерського обліку та облікову політику підприємства.

Отже, зазначений аналіз може бути розглянутий як ефективний та зручний інструмент для прийняття рішень про обсяги продажів, встановлення цін на товари та формування асортименту продукції. Він надає зрозумілу та економічно обґрунтовану інформацію для управління бізнесом.

Для вдосконалення обліку реалізації товарів на підприємстві необхідно впровадити комплексний підхід, який включає використання сучасних інформаційних технологій та оптимізацію бізнес-процесів. По-перше, доцільно впровадити автоматизовану систему управління продажами (ERP-систему), яка дозволить інтегрувати всі етапи обліку та забезпечить точне відстеження товарообігу в реальному часі. По-друге, слід запровадити регулярне навчання персоналу щодо нових технологій та методів обліку для підвищення їхньої компетентності та ефективності роботи. По-третє, варто вдосконалити процес інвентаризації, використовуючи мобільні пристрої для сканування штрих-кодів, що зменшить кількість помилок та прискорить обробку даних. Нарешті, необхідно забезпечити регулярний аудит облікових процесів для виявлення та усунення можливих недоліків, що дозволить підвищити точність та надійність даних про реалізацію товарів.

Виробництво продукції на підприємстві "ІСТСЕЙЛЗ" показує певний ріст протягом року, хоча є певні коливання у виробництві окремих продуктів. Продукція "Лотос" та "Орель БІО" мають найбільший обсяг виробництва та найвищий темп зростання. Проте, продукція "Орель Універсал" та "Кристал" показують менші показники зростання, але все ще сприяють загальному позитивному розвитку підприємства. Важливою є також структура

виробництва, яка визначає ефективне використання ресурсів та відповідність попиту на ринку. Дотримання планової структури виробництва є ключовим для уникнення диспропорцій та забезпечення задоволення потреб споживачів.

У сучасних умовах конкурентного ринку успішність торговельних підприємств значною мірою залежить від їхньої здатності залучати та утримувати клієнтів. Для досягнення цієї мети важливо акцентувати увагу на вивченні потреб покупців і впровадженні ефективних маркетингових стратегій.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналіз виробництва і реалізації продукції.  
URL: [https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php/697502/mod\\_resource/content/1/пел.%20прод.укр.pdf](https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php/697502/mod_resource/content/1/пел.%20прод.укр.pdf).
2. Аналіз виробництва та реалізації продукції, робіт, послуг. *Головна / Elib LNTU*.  
URL: [https://elib.lntu.edu.ua/sites/default/files/elib\\_upload/Талах%20Т%20А%202/page7.html](https://elib.lntu.edu.ua/sites/default/files/elib_upload/Талах%20Т%20А%202/page7.html) (дата звернення: 03.04.2024).
3. Аналіз обсягу випуску та реалізації готової продукції на підприємстві тов «тісіес груп». URL: <https://www.ukrlogos.in.ua/10.11232-2663-4139.04.35.html>.
4. Аналіз реалізації продукції. *Stud*.  
URL: [https://stud.com.ua/10454/ekonomika/analiz\\_realizatsiyi\\_produktsiyi???history=0&pfid=1&sample=5&ref=0](https://stud.com.ua/10454/ekonomika/analiz_realizatsiyi_produktsiyi???history=0&pfid=1&sample=5&ref=0) (дата звернення: 25.02.2024).
5. Варфоломеев О.В. Аналіз еволюції сезонності в динаміці реального валового внутрішнього продукту в Україні // Статистика України. – 2005. – № 3. – С.22-25.
6. Вашків П.Г. та ін. Статистика підприємництва: Навч. посібник / П.Г.Вашків, П.І.Пастер, В.П.Сторожук, Є.І.Ткач; за ред. П.Г.Вашківа, В.П.Сторожука. – К.: „Слобожанщина”, 1999. – 600 с
7. Гура Н.О. Облік видів економічної діяльності: [Навчальний посібник] / Н. О. Гура. — К.: Знання, 2004. — 541 с.
8. Євгенія. Облік господарських процесів. *Блог Вільчинської Євгенії Михайлівни*. URL: [https://osnovibuchobliku.blogspot.com/p/1\\_30.html](https://osnovibuchobliku.blogspot.com/p/1_30.html) (дата звернення: 25.02.2024).
9. Закон України "про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні" від 16 липня 1999 р. № 996-XIV. *Офіційний вебпортал парламенту України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0180580-06#Text> (дата звернення: 25.02.2024).

10. Закон України "Про оподаткування прибутку підприємств" від 22 травня 1997 р. № 283/97-ВР зі змінами і доповненнями. *Офіційний вебпортал парламенту України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/283/97-вр#Text> (дата звернення: 25.02.2024).

11. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій. *Офіційний вебпортал парламенту України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99> (дата звернення: 25.02.2024).

12. Кореспонденція рахунків по обліку запасів - Облік наявності і руху виробничих запасів - Облік виробничих запасів. *Віртуальна читальня освітніх матеріалів*. URL: <https://subjectum.eu/economic/accounting/42.html???history=0&pfid=1&sample=32&ref=2> (дата звернення: 25.02.2024).

13. Кравченко М.В, Климова Ю.В. Методичні аспекти обліку і контролю витрат та виходу продукції. *Про журнал*. URL: [http://pev.kpu.zp.ua/journals/2017/2\\_02\\_uk/32.pdf???history=0&pfid=1&sample=191&ref=2](http://pev.kpu.zp.ua/journals/2017/2_02_uk/32.pdf???history=0&pfid=1&sample=191&ref=2) (дата звернення: 25.02.2024).

14. К. Р. Траченко. Механізм управління фінансовими ресурсами підприємства. *Головна - Репозитарій Вінницького Національного Технічного Університету*. URL: <https://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/21150/3927.pdf???history=0&pfid=1&sample=17&ref=1> (дата звернення: 25.02.2024).

15. Мазур М.В. Коригування індексу споживчих цін на сезонність // Статистика України. – 2004. – № 3. – С.26-31.

16. Можар В. О. Виробництво продукції підприємства. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука" . 2018. № 1(2). С. 65-67

17. Національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку: 3 "Звіт про фінансові результати", 5 "Звіт про власний капітал", 9 "Запаси", 10 "Дебіторська заборгованість", 11 "Зобов'язання", 15 "Дохід", 16 "Витрати", 17

"Податок на прибуток". *Міністерство Фінансів України*.  
URL: <https://mof.gov.ua/uk/nacionalni-polozhennja1> (дата звернення: 25.02.2024).

18. Нікітіна І.М., Попова Л.О. Обґрунтування вибору моделі сезонного коригування валового внутрішнього продукту // *Статистика України*. – 2003. – № 4. – С.20-27.

19. Новаківський І. І. Система управління підприємством в умовах становлення інформаційного суспільства: монографія. Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2016. 313 с.

20. Облік доходів і витрат підприємства • FactorAcademy. *FactorAcademy*. URL: <https://factor.academy/blog/glava-12-oblik-doxodiv-i-vitrat-pidpriyemstva/???history=0&pfid=1&sample=67&ref=0> (дата звернення: 25.02.2024).

21. Облік інших операційних доходів та витрат. URL: [https://web.posibnyky.vntu.edu.ua/fmib/16chalyuk\\_buhgalterskyj\\_oblik\\_2\\_c\\_hastyny/buhg\\_2/127.htm???history=0&pfid=1&sample=67&ref=1](https://web.posibnyky.vntu.edu.ua/fmib/16chalyuk_buhgalterskyj_oblik_2_c_hastyny/buhg_2/127.htm???history=0&pfid=1&sample=67&ref=1) (дата звернення: 25.02.2024).

22. Облік формування доходу і витрат іншої операційної діяльності. *Pidru4niki*.  
URL: [https://pidru4niki.com/1708020242772/buhgalterskiy\\_oblik\\_ta\\_audit/oblik\\_ormuvannya\\_dohodu\\_vitrat\\_inshoyi\\_operatsiynoyi\\_diyalnosti???history=0&pfid=1&sample=67&ref=2](https://pidru4niki.com/1708020242772/buhgalterskiy_oblik_ta_audit/oblik_ormuvannya_dohodu_vitrat_inshoyi_operatsiynoyi_diyalnosti???history=0&pfid=1&sample=67&ref=2) (дата звернення: 25.02.2024).

23. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 Витрати. *Головна - Законодавство України 2019 рік*.  
URL: <https://kodeksy.com.ua/buh/psbo/16.htm???history=0&pfid=1&sample=41&ref=0> (дата звернення: 25.02.2024).

24. Поняття витрат, їх класифікація та порядок визнання у бухгалтерському обліку. *Pidru4niki*.  
URL: [https://pidru4niki.com/1829112264301/buhgalterskiy\\_oblik\\_ta\\_audit/ponyat](https://pidru4niki.com/1829112264301/buhgalterskiy_oblik_ta_audit/ponyat)

[tya\\_vitrat\\_klasifikatsiya\\_poryadok\\_viznannya\\_buhgalterskomu\\_obliku???history=0&pfid=1&sample=35&ref=1](#) (дата звернення: 25.02.2024).

25. Собівартість продукції • FactorAcademy. *FactorAcademy*.  
URL: <https://factor.academy/blog/glava-13-sobivartist-produkci/???history=0&pfid=1&sample=141&ref=2> (дата звернення: 25.02.2024).

26. Сучасні підходи до аналізу обсягу реалізації продукції для оцінки конкурентоспроможності підприємства. *DSPACE*.  
URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1044/1/Сучасні%20підходи%20до%20аналізу%20обсягу%20реалізації%20продукції%20для%20оцінки.pdf> (дата звернення: 03.04.2024).

27. ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ІСТСЕЙЛЗ" - #44613821 - Clarity Project. *Clarity Project*. URL: <https://clarity-project.info/tenderer/44613821> (дата звернення: 03.04.2024).

28. ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ".  
URL: [https://youcontrol.com.ua/catalog/company\\_details/44613821/](https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/44613821/).

29. Управління економічними процесами та інноваційний розвиток промислових підприємств в умовах динамічних змін зовнішнього середовища: кол. монографія / Шарко М. В. та ін.; за заг. ред. Шарко М. В. Херсон: Вишемирський В. С., 2017. 264 с.

30. Управління підприємством: засади та окремі функції в сучасних умовах : монографія / В. Г. Федоренко та ін. ; за ред. В. Г. Федоренка. Київ : ДКС Центр, 2019. 386 с.

31. Федоренко І. А., Зась Д. С. Бюджетування як інструмент системи фінансового планування промислових підприємств. *Бізнес Інформ*. 2018. №2. С. 247–252

32. Чуй І. Р., Мицак О. В. Фінансовий менеджмент у малому бізнесі : навч. посіб. Львів : Вид-во Львів. комерц. акад., 2015. 263 с.

33. BAS Комплексне управління підприємством (BAS КУП) для автоматизації малого та середнього бізнесу. ІнтелТех. *ІнтелТех | Ваш бізнес*

*під Вашим контролем*. URL: <https://inteltech.com.ua/uk> (дата звернення: 03.04.2024).

34. Shaturaev, J., Bekimbetova, G. Transformation of business efficiency with the lean management. *Deutsche Internationale Zeitschrift für zeitgenössische Wissenschaft*, 2021. (22), P. 71-73.

35. Stark, John. Product lifecycle management (PLM). *Product Lifecycle Management (Volume 1) 21st Century Paradigm for Product Realisation*. Cham: Springer International Publishing, 2022. 1-32.

# Додатки

Додаток А



## ТОВ "ІСТСЕЙЛЗ"

Витяг з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань на 21.02.2024 14:21:10

Повна назва: ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ІСТСЕЙЛЗ"

Код: 44613821

Реєстраційний номер: 1001741020000019293

Дата реєстрації: 30.12.2021

Адреса: Україна, Черкаську область, Черкаський р-н, місто Черкаси, вул. Максима Залізняка будинок 1

Керівник: Янушев Ігор Володимирович

Відомості про органи управління: Загальні збори учасників; Директор

Засновник: Янушев Ігор Володимирович

Адреса: Україна, 25013, Кіровоградська обл., місто Кропивницький, вул.Шатила, будинок 3, квартира 54

Статутний внесок: 25 000 (100%)

Кінцевий бенефіціарний власник: Янушев Ігор Володимирович

Адреса: Україна, 25030, Кіровоградська обл., місто Кропивницький, вул.Шатила, будинок 3, квартира 54

Статутний капітал: 25 000 грн

Види діяльності

Основний:

- 46.18 Діяльність посередників, що спеціалізуються в торгівлі іншими товарами

Додаткові:

- 46.19 Діяльність посередників у торгівлі товарами широкого асортименту
- 46.45 Оптова торгівля парфумними та косметичними товарами
- 46.90 Неспеціалізована оптова торгівля

Контактна інформація

Телефон: 380674347679

Дані про взяття на облік

Органи статистики:

Назва: ДЕРЖАВНА СЛУЖБА СТАТИСТИКИ УКРАЇНИ

Дата: 30.12.2021

Ідентифікаційний код: 37507880

## Фінансова звітність за 2022 рік

2022

## J0901107 Фінансова звітність малого підприємства

## Актив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного року, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125	556.00	
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	1.90	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	21.80	
Г роші та їх еквіваленти	1165	136.70	
Усього за розділом II	1195	716.40	
Баланс	1300	716.40	

## Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного року, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	25.00	
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	45.20	
Неоплачений капітал	1425	25.00	
Усього за розділом I	1495	45.20	
товари, роботи, послуги	1615	663.00	
розрахунками з бюджетом	1620	0.60	
розрахунками зі страхування	1625	2.60	
розрахунками з оплати праці	1630	5.00	
Інші поточні зобов'язання	1690	0.00	
Усього за розділом III	1695	671.20	
Баланс	1900	716.40	

## Додаток В

## Звіт про фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	365.30	
Інші операційні витрати	2180	312.50	
Інші витрати	2270	7.60	
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	365.30	
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	320.10	
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	45.20	
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	45.20	