

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ВОЛИНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ**

**Кафедра обліку і оподаткування**

На правах рукопису

**БАБЕНКО МАРІЯ ОЛЕКСАНДРІВНА**

**ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ  
РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ І ТОВАРІВ В УМОВАХ ІНТЕРНЕТ-  
ТОРГІВЛІ**

Спеціальність: 071 «Облік і оподаткування»

Освітньо-професійна програма «Облік і оподаткування»

Робота на здобуття освітнього ступеня «Магістр»

Науковий керівник:  
**КУЛИНИЧ МИРОСЛАВА  
БОГДАНІВНА,**  
Кандидат економічних наук,  
доцент

РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ

Протокол № 6  
Засідання кафедри обліку і оподаткування  
від 08.12. 2025 р.

Завідувач кафедри  
\_\_\_\_\_ проф. Садовська І. Б.

**ЛУЦЬК – 2025**

**Волинський національний університет імені Лесі Українки**

Факультет економіки та управління

Кафедра обліку і оподаткування

Другий (магістерський) рівень

Спеціальність 071 «Облік і оподаткування»

Освітньо-професійна програма «Облік і оподаткування»

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

**Завідувач кафедри**

«4» грудня 2024 року

**ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ (ПРОЕКТ)****ЗДОБУВАЧЦІ ОСВІТИ**

Бабенко Марії Олександрівні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема проекту (роботи) Обліково-аналітичне забезпечення процесу реалізації продукції товарів в умовах інтернет- торгівлі

Керівник проекту (роботи) Кулинич Мирослава Богданівна, к .е. н., доцент,

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

2. Строк подання студентом роботи (проекту) 08.12.2025р.

3. Мета та завдання випускної кваліфікаційної роботи (проекту).

Метою роботи є формування науково-теоретичних підходів та практичного інструментарію щодо обліково-аналітичного забезпечення процесу реалізації готової продукції і товарів. Завданням кваліфікаційної роботи є пошук сучасних наукових досягнень у сфері регулювання бухгалтерського обліку та оподаткування обліку процесу реалізації продукції і товарів; розкриття сутності доходів основної операційної діяльності, а також поглиблення теоретичних знань, щодо організації обліку виробництва та реалізації готової продукції, доходів та витрат, що з цим пов'язані; визначення обліково-аналітичних інструментів для оптимізації процесу реалізації.

5. Дата видачі завдання 04.12.2024 р.

## АНОТАЦІЯ

Бабенко М. О. Обліково-аналітичне забезпечення процесу реалізації продукції і товарів в умовах інтернет-торгівлі.

Виручка від реалізації продукції, товарів, робіт і послуг є основним джерелом відшкодування коштів на виробництво і реалізацію продукції, утворення доходів і формування фінансових ресурсів. За ринкової економіки обсягу продажу і виручці приділяється особлива увага. Від величини виручки залежить не тільки внутрішньовиробниче відшкодування витрат і формування прибутку, а й своєчасність і повнота податкових платежів, погашення банківських кредитів, які впливають на рівень виплачених відсотків, що в кінцевому підсумку позначається на фінансовому результаті і діяльності підприємства.

В роботі проведено дослідження питань теоретичних основ обліку і аналізу процесу реалізації, розкриття економічної сутності, групування та вартісне вимірювання продукції та товарів, встановлення повноти формування доходів в процесі реалізації продукції та товарів, їх державне регулювання.

Зосереджена увага на проведенні економіко-організаційного аналізу діяльності підприємства, висвітленні організації обліку і аналізу випуску та реалізації готової продукції та товарів, аналізуванні зовнішнього середовища функціонування підприємства та оцінка його позиції на ринку, використанні прогресивних інформаційних технологій для обліку доходів від реалізації продукції, дослідженні особливостей обліку і оподаткування в інтернет-торгівлі.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в теоретичному обґрунтуванні та вирішенні комплексу питань, пов'язаних з удосконаленням облікової політики на підприємстві в частині доходів від реалізації продукції та витрат на збут.

Практичне значення одержаних результатів полягає в розробці рекомендацій і пропозицій, спрямованих на подальше впровадження цифрових технологій в облікову практику господарської діяльності підприємства.

Ключові слова: бухгалтерський облік, готова продукція, товари, собівартість, реалізація, доходи, витрати, управління, результативність, інтернет-торгівля, електронна комерція.

## SUMMARY

Babenko M. O. Accounting and Analytical Support for the Process of Product and Goods Sales in the Context of Online Trade.

Revenue from the sale of products, goods, works, and services serves as the primary source for reimbursing funds spent on production and sales, forming incomes, and accumulating financial resources. In a market economy, particular attention is paid to sales volume and revenue. The amount of revenue not only determines the internal reimbursement of costs and profit formation but also affects the timeliness and completeness of tax payments, repayment of bank loans—which influence the level of interest paid—and ultimately impacts the financial results and enterprise performance.

The study examines theoretical foundations of accounting and analysis of the sales process, reveals the economic essence, grouping, and cost measurement of products and goods, establishes the completeness of income formation in the sales process, and covers state regulation of these activities.

Special focus is placed on conducting economic-organizational analysis of enterprise activities, outlining the organization of accounting and analysis of finished products and goods release and sales, analyzing the external environment of enterprise operations and assessing its market position, using advanced information technologies for accounting sales revenues, and studying specifics of accounting and taxation in online trade.

The scientific novelty of the results lies in the theoretical justification and resolution of a complex of issues related to improving the enterprise's accounting policy in terms of revenues from product sales and sales costs.

The practical significance of the results consists in developing recommendations and proposals aimed at further implementing digital technologies in the accounting practices of enterprise economic activities.

Keywords: accounting, finished products, goods, cost of goods sold, sales, revenues, expenses, management, performance, online trade, e-commerce.

## ЗМІСТ

|                                                                                                                                 |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ВСТУП .....                                                                                                                     | 7  |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОБЛІКУ І АНАЛІЗУ ПРОЦЕСУ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ І ТОВАРІВ                                             |    |
| 1.1. Формування доходів основної операційної діяльності .....                                                                   | 10 |
| 1.2. Методичні основи обліку готової продукції та товарів, їх оцінка ...                                                        | 15 |
| 1.3. Державне регулювання та обліково-аналітичне забезпечення<br>готової продукції, товарів в умовах електронної комерції ..... | 19 |
| РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ РЕАЛІЗАЦІЇ В УМОВАХ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ                |    |
| 2.1. Аналіз середовища функціонування ХхХХххХххххххххххх, його<br>економіко-організаційна характеристика .....                  | 24 |
| 2.2. Організація обліку виробництва та реалізації готової продукції,<br>товарів та їх аналітична оцінка .....                   | 32 |
| 2.3. Особливості обліку і оподаткування в інтернет-торгівлі .....                                                               | 43 |
| РОЗДІЛ 3. ПОКРАЩЕННЯ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ РЕАЛІЗАЦІЇ В УМОВАХ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ                           |    |
| 3.1. Використання обліково-аналітичних інструментів для оптимізації<br>процесу реалізації .....                                 | 47 |
| 3.2. Впровадження сучасних інформаційних ERP-систем в обліково-<br>аналітичному забезпеченні процесу реалізації.....            | 51 |
| 3.3. Удосконалення облікової політики підприємства щодо доходів і<br>витрат від реалізації продукції .....                      | 54 |
| ВИСНОВКИ .....                                                                                                                  | 58 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....                                                                                                | 60 |
| ДОДАТКИ .....                                                                                                                   | 67 |

## ВСТУП

Результати управління підприємствами значною мірою залежать від якості та своєчасності інформації, яку формують системи обліку й аналізу, і зокрема їхні найважливіші складові – підсистеми обліку й аналізу витрат і доходів. Тому раціональна організація та методика їх обліку й аналізу з урахуванням особливостей діяльності підприємства є однією з важливих передумов створення ефективної діяльності підприємства.

Зіставленість доходів і витрат дозволяє оцінити ефективність роботи підприємства. Без такого аналізу виникають непоправні помилки при виборі економічної політики підприємства, прийняття важливих управлінських рішень, вибору напрямків розвитку підприємницької діяльності, визначенні оптимальних обсягів і структури випуску продукції (робіт, послуг), а також ціни. Результативність діяльності підприємства ґрунтується, перш за все, на правильному визначенні витрат та їх тісного зв'язку з доходом. Тому питання бухгалтерського обліку доходів і витрат та контролю за їх формуванням і відображенням у обліку та звітності підприємств є досить актуальними і досліджуються як науковцями, так і практиками.

При цьому важливого значення набуває науково обґрунтована організація обліку, аналізу продукції (товарів), доходів від їх реалізації, що, у свою чергу, здійснює суттєвий вплив на формування цінової політики підприємства, регулювання його господарської діяльності та ефективність процесів управління. Для успішного ведення бізнесу корисним інструментом стає електронна комерція, спрямована на розвиток економіки України і задоволення потреб як виробників товарів (робіт, послуг), так і споживачів.

**Метою** кваліфікаційної роботи є обґрунтування теоретичних положень та розробка методичного інструментарію формування інформаційних





Теоретичною та методологічною основою кваліфікаційної роботи виступили роботи вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів з питань організації обліку і аналізу руху готової продукції, спеціальна економічна література, законодавчі та нормативні акти України, положення (стандарти) бухгалтерського обліку, первинні документи, зведені облікові регістри, фінансова та статистична звітність ХхХХххХххххххххххх.

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає в теоретичному обґрунтуванні та вирішенні комплексу питань, пов'язаних з опрацюванням обліково-аналітичної інформації щодо формування вартості готової продукції, товарів та доходів її реалізації.

*Основні положення новизни:*

- удосконалення облікової політики на підприємстві в частині доходів від реалізації продукції та витрат на збут.

*Отримали подальший розвиток:*

- рекомендації для удосконалення обліку руху продукції і товарів конкретного господарюючого суб'єкта в умовах інтернет-торгівлі;
- методичні рекомендації щодо впровадження ERP-систем в обліково-аналітичному забезпеченні процесу реалізації;

Практичне значення одержаних результатів полягає в розробці рекомендацій і пропозицій, спрямованих на подальше впровадження цифрових технологій в облікову практику господарської діяльності ХхХХххХххххххххххх.

**Особистий внесок магістра.** Кваліфікаційна робота магістра – результат самостійного наукового дослідження.

**Апробація результатів дослідження.** Основні положення кваліфікаційної роботи доповідались на УІІІ науково-практичних міжнародних інтернет-конференціях молодих науковців, здобувачів освіти «Сучасні тенденції розвитку обліку, аналізу, контролю, аудиту та оподаткування», 21 листопада 2025 р., м. Луцьк.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОБЛІКУ І АНАЛІЗУ ПРОЦЕСУ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ І ТОВАРІВ

#### 1.1. Формування доходів основної операційної діяльності

Кругообіг засобів, який постійно здійснюється у процесі виробничо-господарської діяльності підприємств, передбачає вкладення коштів у виробництво з метою виготовлення продукції і отримання виручки від її продажу.

Грошові надходження підприємств відіграють значну роль у процесі кругообігу коштів. Відшкодовуючи авансовані у виробництво вкладення, формуючи доходи і грошові фонди, вони створюють економічні умови для нового циклу виробництва і реалізації продукції, удосконалення та розширення власного господарства, збільшення власного капіталу.

Повна і достовірна інформація про грошові надходження підприємства за звітний період формується в бухгалтерському обліку. Оскільки ця інформація є основою для аналізу і прийняття управлінських рішень, то відображається вона за видами діяльності підприємства. До них належить:

- операційна діяльність – це основна діяльність підприємства, а також інші види діяльності, крім інвестиційної та фінансової. Основна діяльність – операції, пов'язані з виробництвом або реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг), що є головною метою створення підприємства і забезпечують основну частку його доходу;

- інвестиційна діяльність – це сукупність операцій з придбання та продажу довгострокових (необоротних) активів, а також короткострокових (поточних) фінансових інвестицій, що не є еквівалентами грошових коштів;

- фінансова діяльність – це сукупність операцій, які призводять до зміни величини та (або) складу власного і позикового капіталу [25].

Така класифікація дає змогу:

- оцінити можливості підприємства із забезпечення продовження та розширення основної діяльності необхідними коштами без залучення зовнішніх джерел фінансування;
- передбачити майбутній рух грошових коштів, пов'язаний з вимогами засновників, які надали підприємству капітал.

За кожним видом діяльності дохід визнається як збільшення економічних вигід, які отримані чи підлягають отриманню в результаті реалізації товарів, продукції, послуг, інших активів, а також у результаті використання активів підприємства іншими сторонами (у вигляді відсотків, дивідендів, роялті) [7].

У грошових надходженнях підприємств найбільша питома вага належить доходам від операційної діяльності та іншим операційним доходам [11].

Визначення доходу за бухгалтерським і податковим обліком не збігається. Усі розрахунки з бюджетом побудовано на основі податкового обліку (табл. 1.1).

У доходах від операційної діяльності важливе місце займають доходи (виручка) від реалізації продукції (робіт, послуг).

Процес виробництва завершується доведенням продукції до споживача.

Для підприємства-виробника реалізація продукції є свідченням, що вона за споживчими властивостями, якістю та асортиментом відповідає потребам покупців, суспільному попиту. Процес реалізації продукції ( $T - \Gamma$ ) – це кінцева стадія кругообігу коштів підприємства ( $\Gamma - T \dots B \dots T' - \Gamma'$ ), яка є його важливим показником. Рух товарів і коштів створює основу економічних відносин між виробниками, постачальниками, посередниками і покупцями.

На практиці можуть використовуватись два методи визначення моменту реалізації продукції:

- продукцію відвантажено або відпущено споживачу (відбулося передавання права власності), – метод нарахування;
- одержано кошти на рахунок постачальника за реалізовану продукцію – касовий метод.

Таблиця 1.1

Визначення терміну «доходи» в податковому та бухгалтерському обліку

| Норма Податкового кодексу України                                                                                                      | Визначення терміну                                                                                                                                                                                                                                                                | Норма НП(С)БО                                                                                                                                                                                      | Визначення терміну                                                                                                                                                                                         |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Пп. 14.1.56ст. 14                                                                                                                      | Доходи - загальна сума доходу платника податку від усіх видів діяльності, отриманого протягом звітного періоду в грошовій, матеріальній або нематеріальній формах як на території України, її континентальному шельфі у виключній (морській) економічній зоні, так і за її межами | П.3 НП(С)БО №1                                                                                                                                                                                     | Доходи - збільшення економічних вигод у вигляді надходження активів або зменшення зобов'язань, які призводять до зростання власного капіталу (за винятком зростання капіталу за рахунок внесків власників) |
| Особливості визначення                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Особливості визначення                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                            |
| 1. Акцент робиться тільки на отримання вигоди (у різних формах)                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 1. Не тільки надходження активів визнаються доходами, але і зменшення зобов'язань. Хоча тут мова повинна йти не просто про зменшення зобов'язань, а відмову від них з боку кредиторів підприємства |                                                                                                                                                                                                            |
| 2. Не зовсім доцільним є тлумачення невідомого поняття через його застосування у самому визначенні: «Доходи - загальна сума доходу...» |                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 2. Основним критерієм для доходів є збільшення власного капіталу                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                            |
| 3. Чітко окреслюється територіальна зона отримання доходу                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 3. Не вказується, що доходи є результатом діяльності, і відповідно якої саме (вид)                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                            |
| 4. Доходи визнаються результатами всіх видів діяльності платника податку                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                            |

\*складено на основі [25, 37]

Податкові зобов'язання підприємств у податковому обліку, пов'язані з реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг), виникають за події (однієї з двох – відвантаження продукції чи отримання коштів), що відбулася раніше [37].

У зв'язку із цим, є ряд методичних підходів до визнання доходу (виручки) за податковим і бухгалтерським обліком (таблиця 1.1).

Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) та інших активів за бухгалтерським обліком визнається у разі наявності всіх наведених нижче умов, передбачених НП(С)БО 15 «Дохід» [29]:

- покупцеві передані суттєві ризики і вигоди, пов'язані з правом власності на товар (продукцію, актив);
- підприємство не здійснює подальше управління та контроль за реалізованими товарами (активами);
- сума доходу (виручки) може бути достовірно визначена;
- є впевненість, що в результаті операції відбудеться збільшення економічних вигід підприємства;
- витрати із цією операцією, можуть бути достовірно визначені [29].

Якщо підприємство отримало грошові кошти чи сталося збільшення інших його активів, але не виконано хоча б однієї з названих вище умов, то в бухгалтерському обліку дохід не визнається.

Так, одержаний від покупця аванс за товари, які ще йому не відвантажені, відображатиметься в бухгалтерському обліку як кредиторська заборгованість за одержаними авансами, оскільки не дотримано першої умови, коли покупцеві передаються суттєві ризики і вигоди, пов'язані з правом власності на товар. Водночас у податковому обліку ці надходження визнаватимуться доходом, за яким виникають податкові зобов'язання.

Підприємство, здійснюючи господарську діяльність, може отримувати доходи від реалізації послуг – окремих або супутніх до іншої діяльності (готельні послуги і громадське харчування, продаж товарів з наступним обслуговуванням тощо).

Особливості визнання доходу в бухгалтерському обліку від надання послуг впливають зі специфіки даного виду господарських операцій. Дохід, пов'язаний з наданням послуг, визнається виходячи з рівня завершеності операції з надання послуг на дату балансу, якщо може бути достовірно оцінений результат цієї операції.

Доходи (виручка) від реалізації групуються за такими видами діяльності:

- реалізація товарів;
- реалізація готової продукції;
- виконання робіт та надання послуг.

Розмір виручки від реалізації продукції, за інших однакових умов, залежить від:

- кількості, асортименту та якості продукції, що підлягає реалізації;
- рівня реалізаційних цін.

Обсяг (кількість) реалізованої продукції прямо впливає на величину виручки, а сама кількість реалізованої продукції залежить від обсягу виробництва товарної продукції і зміни величини перехідних залишків нереалізованої продукції на початок і кінець звітного періоду. Асортимент реалізованої продукції справляє двоякий вплив на величину виручки. Зростання в загальному обсязі реалізованої продукції питомої ваги асортименту з більш високою ціною збільшує величину виручки, і навпаки.

Прямий вплив на розмір виручки справляє й рівень відпускних цін, тому підприємство має їх обґрунтувати [13].

Виручка від реалізації продукції, товарів, робіт і послуг є основним джерелом відшкодування коштів на виробництво і реалізацію продукції, утворення доходів і формування фінансових ресурсів. За ринкової економіки обсягу продажу і виручці приділяється особлива увага. Від величини виручки залежить не тільки внутрішньовиробниче відшкодування витрат і формування прибутку, а й своєчасність і повнота податкових платежів, погашення банківських кредитів, які впливають на рівень виплачених відсотків, що в кінцевому підсумку позначається на фінансовому результаті і діяльності підприємства.

## 1.2. Методичні основи обліку готової продукції та товарів, їх оцінка

Бажання отримати прибуток завжди було умовою створення будь-якого підприємства, яке обирає напрямок для досягнення цієї мети. Так виробниче підприємство отримуватиме прибуток від реалізації виготовленої ним продукції. Оскільки основну частину товарної продукції становить готова продукція, то саме інформація про такі активи є важливою для забезпечення безперебійного процесу виробництва і реалізації продукції підприємства та його платоспроможності.

Відповідно до Національного положення (Стандарту) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» до готової продукції належить продукція, обробка якої закінчена та яка пройшла випробування, приймання, укомплектування згідно з умовами договорів і відповідає затвердженим стандартам та пройшла технічний контроль підприємства і здана на склад або замовнику (покупцю) згідно з діючим порядком прийняття продукції. А товари – це ресурси у вигляді матеріальних цінностей, що придбані (отримані) та утримуються підприємством з метою подальшого продажу [26].

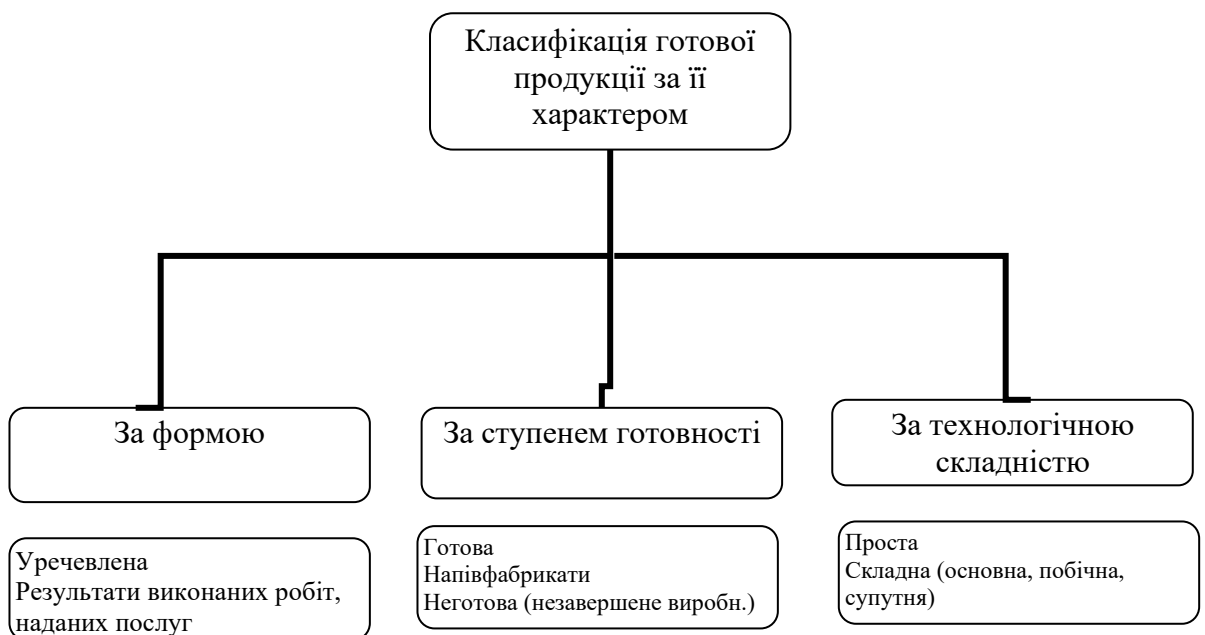


Рис. 1.1. Класифікація готової продукції за характером

Для побудови обліку продукції основним є визначення її характеру. За цією ознакою продукцію групують за формою, ступенем готовності, конструкційною та технологічною складністю (рис. 1.1).

До готової продукції зараховують також виконані для замовників роботи та послуги автотранспорту, ремонтного виробництва, будівельно-монтажні роботи. Якщо на підприємстві, поряд з виробництвом, здійснюють капітальні вкладення, то виконані послуги також відображають в обліку як готову продукцію.

Відповідно до Національного Положення (Стандарту) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» готова продукція оцінюється за первісною вартістю (собівартістю її виробництва), яка визначається шляхом калькулювання фактичної собівартості. Також при визначенні первісної вартості продукції (робіт, послуг) керуються Національним Положенням (Стандартом) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» [30].

Оцінка готової продукції при її продажу залежить від облікової політики підприємства, в частині оцінки запасів при їх вибутті. При цьому можуть застосовуватись наступні методи:

1) ідентифікованої собівартості відповідної одиниці запасів (у цьому випадку - готової продукції) - застосовується до продукції, яка відпускається, та послуг, що виконуються для спеціальних замовлень, проектів і не замінюють одне одного;

2) середньозваженої собівартості - проводиться по кожній одиниці запасів діленням сумарної вартості залишку таких запасів на початок звітного місяця і вартості одержаних у звітному місяці запасів на сумарну кількість запасів на початок звітного місяця і одержаних у звітному місяці запасів;

3) собівартості перших за часом надходження запасів (ФІФО) - базується на припущенні, що запаси використовуються у тій послідовності, у якій вони надходили на підприємство, тобто запаси, які першими відпускаються у виробництво (продаж та інше вибуття), оцінюються за



собівартістю перших за часом надходження запасів;

4) нормативних витрат - полягає у застосуванні норм витрат на одиницю продукції (робіт, послуг), які встановлені підприємством з урахуванням нормальних рівнів використання запасів, праці, виробничих потужностей і діючих цін.

Порядок формування первісної вартості готової продукції зображено на рис.1.3.

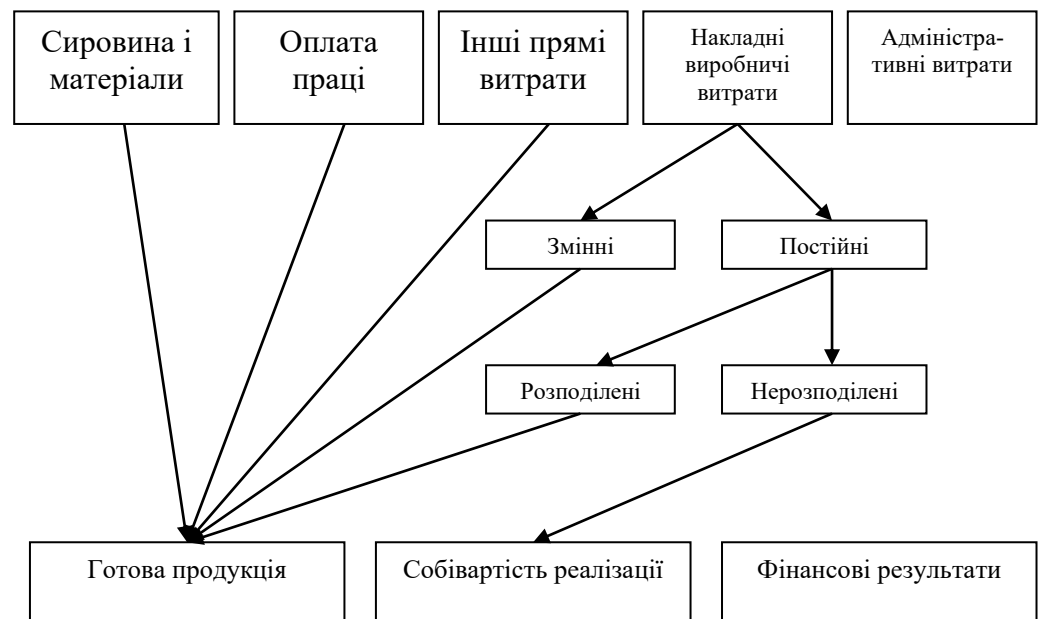


Рис. 1.3. Схема формування вартості готової продукції

Готова продукція відображається в бухгалтерському обліку і звітності за найменшою з двох оцінок: первісною вартістю або чистою вартістю реалізації. Чиста вартість реалізації визначається за кожною одиницею продукції шляхом вирахування з очікуваної ціни продажу суми очікуваних витрат на їх реалізацію. Сума, на яку первісна вартість готової продукції перевищує чисту вартість їх реалізації, списується на витрати звітного періоду.

В результаті переоцінки може бути проведена дооцінка (збільшення вартості) або уцінка (зменшення вартості) готової продукції. Порядок проведення переоцінки готової продукції і відображення у звітності регламентується Національним Положенням (Стандартом) бухгалтерського

обліку 9 «Запаси», Положенням про порядок уцінки і реалізації продукції, що залежала, з групи товарів широкого вжитку і продукції виробничо-технічного призначення та Порядком проведення дооцінки залишків товарно-матеріальних цінностей.

При відображенні продажу готової продукції в бухгалтерському обліку зазначають дві її оцінки: оцінка, що прийнята підприємством згідно з обліковою політикою - первісна вартість (по дебету рахунку «Собівартість реалізації готової продукції»), та оцінка, що визначається за домовленістю сторін (по кредиту рахунку «Дохід від реалізації готової продукції»).

Таким чином, правильно обрана стратегія виробництва і належні обсяги випуску готової продукції забезпечать бажаний обсяг реалізації і відповідні масштабам своєї діяльності прибутки.

У торгових підприємствах товарні запаси – це активи.



Рис. 1.2. Виокремлені сутнісні ознаки поняття «товари»

Метою створення товарних запасів підприємства є забезпечення безперебійної торгівлі усім асортиментом товарів, що є умовою задоволення попиту населення, підвищення якості обслуговування, розвитку роздрібного

товарообігу і, в кінцевому підсумку, підвищення конкурентоспроможності підприємства. Відповідно до НП(С)БО 9 «Запаси» [26] оцінка товарів у поточному обліку базується на їх первісній вартості, яка змінюється залежно від джерел надходження.

Придбані (отримані) товари зараховуються на баланс підприємства за первісною вартістю.

Первісною вартістю товарів, внесених до статутного капіталу підприємства, визнають узгоджену засновниками (учасниками) підприємства їхню справедливу вартість [17].

Первісною вартістю товарів, одержаних підприємством безоплатно, визнається їх справедлива вартість.

### 1.3. Державне регулювання та обліково-аналітичне забезпечення готової продукції, товарів в умовах електронної комерції

Методологічні основи обліково-аналітичного забезпечення процесу реалізації готової продукції, товарів, доходів та витрат, що виникають при цьому в умовах електронної комерції закладені у наведених нижче нормативних документах:

1. Закон України від 16.07.99 р. №996-XIV «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні (зі змінами та доповненнями)» [40].

2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» (далі НП(С)БО №9) [26].

3. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Доходи» (далі НП(С)БО №15) [29].

4. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» (далі НП(С)БО №16) [30].

5. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і

організацій, затверджена наказом МФУ від 30.11.1999 р. №291 (далі Інструкція №291) [14].

6. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій №291 від 30.11.1999 р. [39]

7. Про електронну комерцію Закон України від 03.09.2015 № 675-VIII [41].

8. Про електронні документи та електронний документообіг: Закон України від 22 травня 2003 року [42].

9. Про захист персональних даних: Закон України від 1 червня 2010 року// Відомості Верховної Ради України [43].

10. Про електронні довірчі послуги: Закон України від 5 жовтня 2017 року [44].

11. Про електронні комунікації: Закон України від 16 грудня 2020 року [45].

12. Про платіжні послуги: Закон України від 30 червня 2021 року [46].

13. Про стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні: Закон України від 15 липня 2021 року. [47]

14. Про хмарні послуги: Закон України від 17 лютого 2022 року [48]

Електронна комерція - відносини, спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час вчинення правочинів щодо набуття, зміни або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснені дистанційно з використанням інформаційно-комунікаційних систем, внаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру [41].

При реалізації готової продукції, товарів чи при безпосередній передачі покупцям, чи в торгівельному приміщенні, чи дистанційно, на підприємстві виникає дохід, визнання якого регламентується НП(С)БО 15 «Дохід». Дохід визнається під час збільшення активу або зменшення зобов'язань, що зумовлює зростання капіталу (за винятком зростання капіталу за рахунок

внесків учасників підприємства), за умови, що оцінка заходу може бути достовірно визначена.

Згідно з Планом рахунків та Інструкцією № 291 для обліку виробництва готової продукції товарів та їх реалізації передбачено ряд рахунків.

Рахунок 23 «Виробництво» призначений для узагальнення інформації про витрати на виробництво продукції (робіт, послуг) [14].

За дебетом рахунку 23 «Виробництво» відображаються прямі матеріальні, трудові та інші прямі витрати, а також виробничі накладні витрати та втрати від браку продукції (робіт, послуг), за кредитом – суми фактичної виробничої собівартості, завершеної виробництвом продукції (у дебет рахунків 26, 27), виконаних робіт та послуг (у дебет рахунку 90). За кредитом субрахунків обліку витрат допоміжних (підсобних) виробництв, з виконання некапітальних робіт у кореспонденції з дебетом рахунків 11 «Інші необоротні матеріальні активи», 22 «Малоцінні та швидкозношувані предмети» та субрахунків обліку витрат основного виробництва списується собівартість виготовлених у допоміжних (підсобних) виробництвах виробів, споруд, послуг (інструменту, енергії, пару, транспортних і ремонтних послуг тощо).

Аналітичний облік за рахунком 23 «Виробництво» ведеться за видами виробництва, за статтями витрат і видами або групами продукції, що виробляється. На великих виробництва аналітичний облік витрат може вестися за підрозділами підприємства та центрами витрат і відповідальності.

Рахунок 26 «Готова продукція» призначений для узагальнення інформації про наявність та рух готової продукції підприємства [14].

До готової продукції належить продукція, обробка якої закінчена та яка пройшла випробування, приймання, укомплектування згідно з умовами договорів із замовниками і відповідає технічним умовам і стандартам.

За дебетом рахунку 26 «Готова продукція» відображається надходження готової продукції власного виробництва за фактичною виробничою собівартістю.

Аналітичний облік готової продукції ведеться за видами готової продукції.

Для обліку товарів на підприємствах торгівлі Планом рахунків передбачено рахунок 28 «Товари». Цей рахунок належить до другого класу рахунків. Він є активним, призначений для обліку господарських засобів. Облік по цьому рахунку здійснюється по таких субрахунках: «Товари на складі», «Товари в торгівлі», «Товари на комісії», «Тара під товарами», «Торгова націнка», «Необоротні активи та групи вибуття, утримувані для продажу», «Транспортно-заготівельні витрати» [14].

Рахунок 90 «Собівартість реалізації» призначений для узагальнення інформації про собівартість реалізованої готової продукції, товарів, виконаних робіт, наданих послуг.

За дебетом рахунку 90 «Собівартість реалізації» відображається виробнича собівартість реалізованої готової продукції, робіт, послуг; фактична собівартість реалізованих товарів (без торгових націнок), за кредитом – списання в порядку закриття дебетових оборотів на рахунок 79 «Фінансові результати».

Адміністративні витрати, витрати на збут та інші операційні витрати не включаються до складу виробничої собівартості готової та реалізованої продукції, а тому інформація про такі витрати узагальнюється на рахунках обліку витрат звітного періоду – 92 «Адміністративні витрати», 93 «Витрати на збут», 94 «Інші витрати операційної діяльності».

Рахунок 70 «Доходи від реалізації» призначено для узагальнення інформації про доходи від реалізації готової продукції, товарів, робіт і послуг, доходи від страхової діяльності, а також про суму знижок, наданих покупцям, а про інші вирахування з доходу [14]. За кредитом субрахунків 701 – 703 відображається збільшення (одержання) доходу, за дебетом — належна

сума непрямих податків (акцизного збору, податку на додану вартість та інших, передбачених законодавством); суми, які отримуються підприємством на користь комітента, принципала; повернуті перестраховиками частки страхових платежів (страхових внесків, страхових премій); результат зміни резервів незароблених премій (у страхових організаціях); та списання у порядку закриття на рахунок 79 «Фінансові результати».

Розробці збутової політики передуює аналіз оцінки ефективності існуючої збутової системи як в цілому, так і по окремих її елементах, відповідність збутової політики конкретним ринковим умовам.

Для глибокого аналізу проблем, що пов'язані з реалізацією продукції і товарів потрібно детально розглянути дію всього комплексу факторів, які можуть впливати на кінцевий обсяг реалізації продукції

Аналіз реалізації продукції і товарів тісно пов'язаний з аналізом виконання договірних зобов'язань щодо поставок продукції. Адже невиконання договірних зобов'язань спричиняє зменшення виручки, прибутку, штрафні санкції.

Завершуючи аналіз показників реалізації продукції, необхідно визначити резерви і здійснити підрахунок їх величин.

## РОЗДІЛ 2

### ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ РЕАЛІЗАЦІЇ В УМОВАХ ІНТЕРНЕТ- ТОРГІВЛІ

2.1. Аналіз середовища функціонування ХхХХххХххххххххх та його економіко-організаційна характеристика

Легка промисловість - базова стратегічна галузь господарства України, комплекс із виробництва широкого спектру товарів народного споживання, здатних задовільнити попит населення. Це один із небагатьох секторів економіки зі швидким обертанням капіталу. В її структуру входить швейна промисловість, яка сьогодні в Україні стикається з нестабільністю через війну, а це призводить до макровикликів, таких як порушення ланцюгів поставок та скорочення виробництва. Відсутність державної підтримки посилює проблеми, а угоди про вільну торгівлю, зокрема з Туреччиною, створюють загрозу витіснення вітчизняних виробників дешевшим імпортом. Регуляторні бар'єри, включаючи митну та податкову політику, безпосередньо впливають на конкурентоспроможність підприємств швейної промисловості. Ефективність галузі залежить від багатьох економічних факторів та раціонального розміщення її підприємств. Для легкої промисловості характерна менш виражена, порівняно з іншими галузями, територіальна спеціалізація, бо практично в кожній області є ті чи інші її підприємства [14].

Галузь має потужний виробничий потенціал, здатна виробляти різноманітний асортимент товарів широкого вжитку та промислового призначення. Легка промисловість України включає 23 види економічної діяльності, об'єднані у три основні групи:



1. Текстильне виробництво (ткацьке, виробництво трикотажного полотна, килимів, канатів, мотузок, нетканих матеріалів, інших текстильних виробів, крім одягу, тощо);

2. Виробництво одягу (робочого, спіднього, верхнього одягу та аксесуарів, виготовлення виробів із хутра, трикотажного та в'язаного одягу, панчішно-шкарпеткових виробів тощо);

3. Виробництво шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів (взуття, дублення та оздоблення шкіри, вичинка й фарбування хутра, виробництво дорожніх виробів, сумок тощо).

На стан швейної галузі впливають ряд факторів. (табл. 2.1.)

Таблиця 2.1

Вплив факторів на стан швейної промисловості

| Фактори      | Характеристика впливу                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Економічні   | Галузь перебуває в системній кризі: обсяги виробництва скорочуються, внутрішній ринок заповнений імпортом на 90%, а експорт (до 80% продукції) орієнтований на Європу, але впав на 63% у 2023 році через війну. Імпортозалежність від сировини, брак інвестицій та високі операційні витрати ускладнюють діяльність, з тенденцією до зменшення обороту в 2024–2025 роках. Кількість виробників одягу зросла на 22%, але багато припиняють роботу через економічний тиск.<br>Обсяг реалізованої продукції легкої промисловості України у 2023 році становив 47,1 млрд грн, а у 2024 році — 47 279,8 млн грн (без ПДВ і податків). Ці дані базуються на інформації Державної служби статистики України та галузевих асоціацій. |
| Соціальні    | Зміни в споживчій поведінці українців, спричинені війною, зменшують попит на одяг та взуття, з акцентом на базові потреби. Галузь генерує робочі місця, але криза загрожує соціально-економічній стабільності, особливо в регіонах з розвинутою легкою промисловістю. Технологічні та соціально-культурні фактори впливають на адаптацію до нових трендів, як сталість виробництва.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Технологічні | Недостатня інноваційна діяльність та залежність від давальницької сировини гальмують модернізацію, з браком високотехнологічного обладнання. Проблеми інфраструктури та інвестицій перешкоджають переходу до конкурентних технологій, попри потенціал для зростання. PEST-аналіз підкреслює технологічні фактори як ключові для виходу з кризи.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

Оцінюючи структуру галузі за видами можна сказати, що у 2024 році найбільша частка припадала на виробництво одягу (крім хутряного) - 44%, інших текстильних виробів - 26%, дублення шкір та виробництво сумок -

15%. Виробництво трикотажного одягу складало 7%, взуття — 4%, ткацьке виробництво - 3%.

Галузь зазнала скорочення доходів через війну, перебої з енергією та падіння експорту (на 63% для одягу у 2023 році), що компенсувалося внутрішнім попитом, зокрема для ЗСУ. З різким падінням основного джерела доходу – експорту української текстильної продукції до ЄС на другому році повномасштабної війни – стабілізував ринок TCLF (TCLF - це абревіатура від англійського Textiles, Clothing, Leather and Footwear (текстиль, одяг, шкіра та взуття), яка позначає сектор легкої промисловості), внутрішній замовник – Збройні сили України [51].

На кінець 2023 року основні види продукції, що виробляються – це військовий, медичний, тактичний та пожежний одяг. Виробництво в секторі TCLF страждає від постійних обстрілів, економічної нестабільності та нестачі робочої сили, оскільки багато працівників евакуювались з України за кордон або переселились в інші регіони. Галузь імпортозалежна, має проблеми з сировиною, а відсутність державної підтримки також впливає на її стан, констатує дослідження.

Крім того, підписана Угода про вільну торгівлю між Україною та Туреччиною, яку остання вже ратифікувала в серпні цього року, і Україна також збирається ратифікувати, ставить українських виробників текстилю та одягу в більш небезпечний стан. Через лібералізацію ринку між двома країнами турецькі виробники можуть поступово витіснити українських, що призведе до значного падіння продажів останніх.

Підприємства легкої промисловості в Україні працюють за умов світових цін на сировину, матеріали та устаткування, що формують 65–80 % собівартості продукції. Водночас витрати на оплату праці становлять лише 10–20 % у собівартості продукції. Вітчизняні товари не витримують цінової конкуренції з контрабандними та контрафактними товарами. Серед чинників, які послаблюють конкурентоспроможність продукції української легкої промисловості на внутрішньому споживчому ринку, є сприятливі умови для

імпорту одягу та ін. виробів. За таких умов продаж вітчизняних товарів легкої промисловості на внутрішньому ринку - незначний. Українська легка промисловість є експортоорієнтованою. Товари легкої промисловості виробляються підприємствами на умовах переробки давальницької сировини та постачаються до країн ЄС [51].

Перспективи розвитку галузі полягають у підвищенні конкурентоспроможності вітчизняної продукції, розширенні внутрішнього ринку, удосконаленні нормативно-правової бази. Перспективним є створення товарів, що не мають аналогів за межами України й несуть здобутки культури та мистецтва українського народу. Для реалізації цих заходів необхідні значні інвестиційні ресурси. Легка промисловість має потенціал стати однією із пріоритетних у стратегічному розвитку промисловості України.

Протягом останніх років вишиванка користується підвищеним попитом не тільки на території України, а й далеко за її межами. Вона навіть увійшла в топ-10 найпопулярніших речей. З давніх часів вишиванка вважається уособленням творчості та натхнення українського народу. Є оберегом, символом любові та вірності, чистоти та духовності. З прадавніх часів вишиванка зазнала суттєвих змін в дизайні. Вона ввібрала в себе сучасні модні тенденції, які зробили її такою популярною сьогодні. Зміни стосувались не лише тканини, орнаменту, кольору чи фасону, а також призначення, використання та поєднання з іншими предметами гардеробу. Попри шалену популярність вишиванки, мало хто знайомий з особливостями виробництва та пошиття глибоко символічного одягу для українців, що є культурною та духовною спадщиною всієї нації.

Особливість та унікальність бренду «Хххххххххх» полягає в тому, що виріб розпочинається з виготовлення тканини та закінчуємо готовим одягом. Творчим осередком на виробництві є експериментальний цех. Саме тут, у креативному тандемі художників, дизайнерів та конструкторів створюються

моделі одягу для майбутніх колекцій. Можливості виробництво дають змогу для творчої реалізації.

Модельєри, конструктори та дизайнери працюють в творчому тандемі. Все починається з ескізу, який після опрацювань буде втілено в життя. Після погодження усіх нюансів стосовно моделі, творча група обирає тканину, фурнітуру та стилістику вишивки. Крок за кроком, з'являється експериментальний зразок, який потім буде взірцем для цілої партії в даній моделі. У повітрі панує творча атмосфера, затишок та легкість, які так необхідні для творчості.

Через активні бойові дії з боку російської федерації на окупованих територіях України було зруйновано багато фабрик, підприємств, які займалися виробництвом одягу та текстильним виробництвом. Це, в свою чергу, зменшило кількість конкурентів ХхХХххХххххххххх на українському ринку і за його межами.

Також, в умовах війни стрімко зріс попит на національний одяг України, зокрема, вишиті сорочки, спідниці, сукні, текстильну вишивку тощо. Одяг з українським орнаментом став дуже популярним не тільки серед наших громадян, але і жителів інших країн. Вдягаючи український національний одяг, вони намагаються виразити свою підтримку і привернути увагу до війни в Україні. Це також сприяє експорту готової продукції ХхХХххХххххххххх за межі нашої держави.

Таким чином, продукція ХхХХххХххххххххх користується значним попитом на ринку. На разі підприємство має декілька магазинів в місті Луцьк, де і реалізовує власно виготовлену продукцію і купівельні товари. Крім того підприємство має інтернет-магазин через який здійснює реалізацію продукції і товарів. У зв'язку з цим у бухгалтерії ведеться облік операцій пов'язаних з організацією інтернет-торгівлі. Однак, керівництво планує підписати декілька договорів для продажу готової продукції за кордоном, а саме в Польщі.



Організаційна структура досліджуваного підприємства представлена на рис 2.1, додаток Б.

Підприємство має самостійний баланс, розрахунковий, валютний та інші рахунки в банках, фірмову марку та торговий знак, які затверджуються згідно з чинним законодавством, а також печатку зі своєю назвою.

В ході дослідження ми проаналізували фінансову сторону приватного акціонерного товариства «Хххххххххх», оскільки, прибуток є головною метою діяльності підприємства. В загальному сенсі фінансовий стан відображає економічну діяльність підприємства. Оцінка фінансового стану допомагає визначити сильні та слабкі сторони, а також напрямки вдосконалення підприємства. Проводячи оцінку фінансового стану необхідно, щоб вона мала систематичний характер та проводитися із застосовування різних прийомів та методів.

Для того що провести аналіз майна складено наступні таблиці 2.3 додаток В, 2.4 додаток Д.

Аналіз основних показників економічного потенціалу ХхХХххХххххххххххх показав наступні результати. Загальна сума активів в 2024 році збільшилась порівняно з 2022 роком на 93901.0 тис. грн. (61.49 %), а в порівнянні з 2023 роком збільшення склало 36207.0 тис. грн. (17.21 %) та дорівнювала 246619.0 тис. грн.

Це відбулось внаслідок збільшення необоротних активів ХхХХххХххххххххххх за останні три роки на 22933.0 тис. грн. (94.90 %), а порівняно з 2023 роком необоротні активи збільшились на 11346.0 тис. грн. (31.74 %). У складі необоротних активів найбільшого збільшення зазнала сума основних засобів. Вона зросла протягом 2022-2024 років на 13382.0 тис. грн. (67.28 %), а протягом останніх двох років, що аналізуються, падіння склало -1945.0 тис. грн. (-5.52 %). Також за період, що аналізується, збільшилась сума незавершених капітальних інвестицій на 9799.0 тис. грн. (261.66 %). В той же час в складі необоротних активів протягом 2022-2024

років скоротилась вартість нематеріальних активів на -248.0 тис. грн. (-46.79 %).

Аналіз стану оборотних активів ХхХХххХххххххххххх показав, що їх сума за 2022-2024 роки зросла на 70968.0 тис. грн. (55.21 %), а протягом 2023-2024 років збільшення склало 24861.0 тис. грн. (14.23 %). Ці зміни в оборотних активах сталися завдяки зростанню вартості запасів. Вона зросла протягом 2022-2024 років на 56467.0 тис. грн. (57.30 %), а протягом останніх двох років, що аналізуються, ріст склав 30618.0 тис. грн. (24.61 %). Таку ж тенденцію до збільшення обсягу як і вся сума оборотних активів мали: дебіторська заборгованість за товари і послуги на 13529.0 тис. грн. (227.00 %), інша поточна дебіторська заборгованість на 5965.0 тис. грн. (12173.47 %), гроші та їх еквіваленти на 4518.0 тис. грн. (267.97 %), витрати майбутніх періодів на 57.0 тис. грн. (116.33 %), інші оборотні активи на 38.0 тис. грн. (79.17 %). В той же час в складі оборотних активів протягом 2022-2024 років скоротилась вартість дебіторської заборгованості за виданими авансами на -1635.0 тис. грн. (-14.75 %), дебіторської заборгованості з бюджетом на -7971.0 тис. грн. (-71.60 %).

За результатами аналізу показників джерел фінансування ресурсів ХхХХххХххххххххххх можна зробити наступні висновки. Вся сума пасивів в 2024 році дорівнювала 246619.0 тис. грн. Вона збільшилась при порівнянні з 2022 роком на 93901.0 тис. грн. (61.49 %), а якщо порівнювати з 2023 роком збільшення склало 36207.0 тис. грн. (17.21 %).

Така динаміка відбулась завдяки збільшенню власного капіталу ХхХХххХххххххххххх за останні три роки на 29471.0 тис. грн. (26.42 %), а порівняно з 2023 роком власний капітал збільшився на 22703.0 тис. грн. (19.19 %). Серед власного капіталу найбільше збільшення мала вартість нерозподіленого прибутку. Цей показник зріс за 2022-2024 роки на 29471.0 тис. грн. (57.60 %), а за останні два роки, які оцінюються, зростання склало 22703.0 тис. грн. (39.19 %).

На зміну загальної суми пасивів також вплинуло зростання об'єму поточних зобов'язань та забезпечень. Їх вартість дорівнювала в 2024 році - 88717.0 тис. грн. і протягом аналізованого періоду підвищилась на 47528.0 тис. грн., що склало 115.39 % та на -3398.0 тис. грн. (3.69 %) за два останні роки. На зміні цього показника максимально позначився приріст інших поточних зобов'язань. За 2022-2024 роки він склав 22266.0 тис. грн. (284.08 %) та 1883.0 тис. грн. (-6.67 %), порівнюючи 2023-2024 роки. Такого ж підвищення зазнав показник короткострокових кредитів банків - на 14325.0 тис. грн. (64.77 %), поточних зобов'язань за довгостроковими зобов'язаннями - на 9268.0 тис. грн. (2260.49 %), поточної кредиторської заборгованості перед бюджетом - на 2064.0 тис. грн. (-1250.91 %), поточних зобов'язань за розрахунками зі страхування - на 348.0 тис. грн. (5800.00 %), поточної кредиторської заборгованості з оплати праці - на 1572.0 тис. грн. (4623.53 %), поточних забезпечень - на 984.0 тис. грн. (92.83 %), доходів майбутніх періодів - на 968.0 тис. грн. При цьому протилежної тенденції до пониження мали показники: поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги - на -4267.0 тис. грн. (44.64 %).

## 2.2. Організація обліку виробництва та реалізації готової продукції, товарів та їх аналітична оцінка

Облік випуску готової продукції знаходиться під постійним контролем бухгалтерії підприємства ХхХХххХххххххххххх. Щоденно документи на випуск готової продукції надходять в бухгалтерію, яка веде кількісний і натуральний облік випуску по видах виробів. Після закінчення місяця загальна кількість виготовленої продукції оцінюється за плановими, реалізаційними цінами і за фактичною собівартістю. Згідно з показниками випуску готової продукції визначається результат роботи підприємства в процесі виробництва – економія чи перевитрати як різниця між фактичною і



плановою собівартістю виготовленої продукції. Тут же випуск розцінюється і по відпускних цінах, що дає можливість визначити попередню виручку і прибуток після реалізації готової продукції.

У бухгалтерському обліку готова продукція має оцінюватись за фактичною собівартістю виготовлення. Але оскільки фактична собівартість може бути визначена лише після збирання всіх затрат та калькулювання її фактичної собівартості, постає потреба в щоденному обліку наявності та руху готової продукції до визначення її вартісних характеристик.

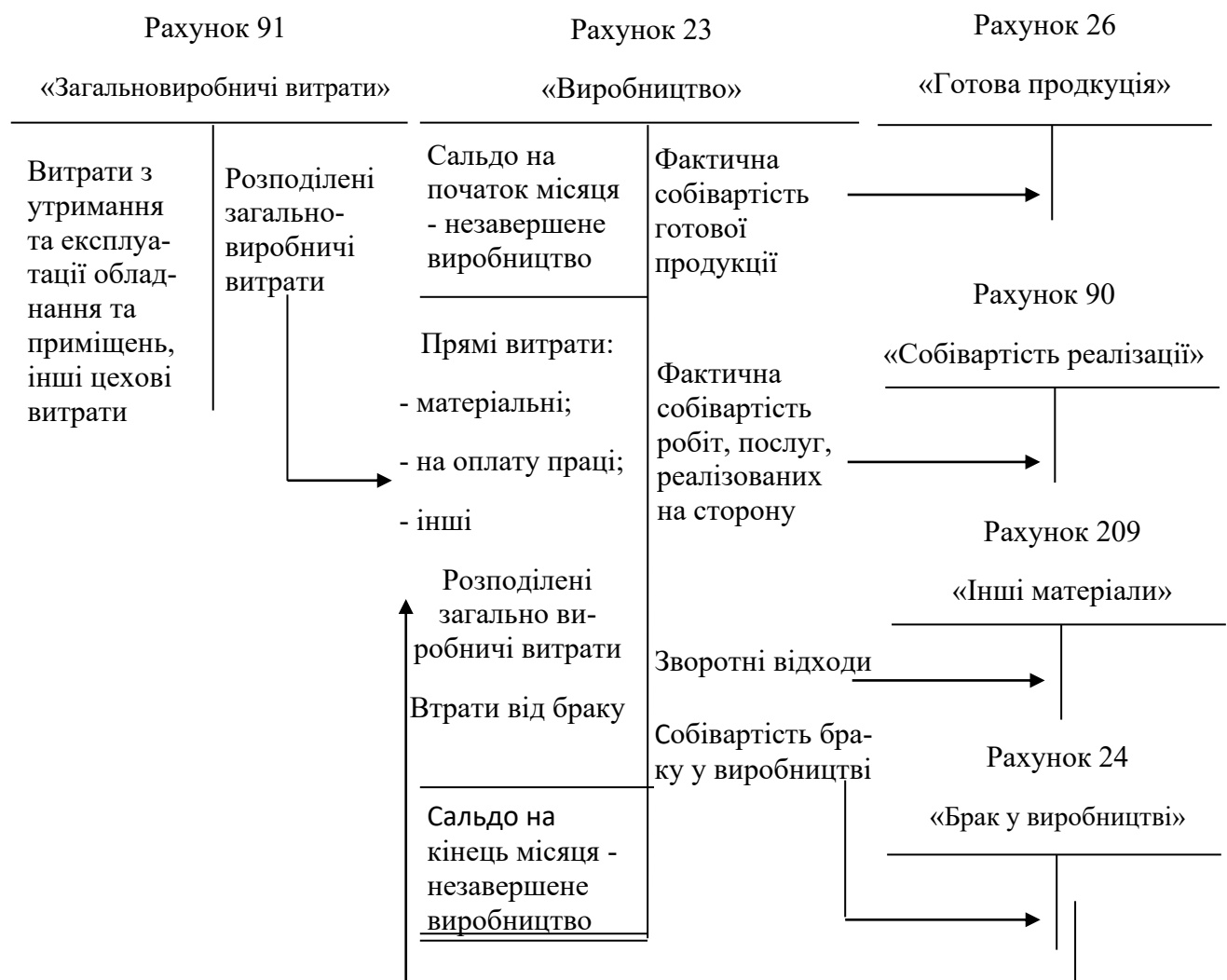


Рис. 2.2. Схема синтетичного обліку витрат на виробництво та формування фактичної собівартості

Для правильного відображення в обліку вартісних параметрів продукції потрібно виконати калькуляційну процедуру, калькуляційні розрахунки визначення її фактичної собівартості.

Для обліку випуску готових виробів з виробництва бухгалтерія складає відомість випуску готової продукції, зданої для контролю за виконанням завдання по обсягу виробництва і для бухгалтерських записів на рахунках синтетичного обліку.

Для визначення фактичної собівартості випущеної продукції слід мати дані про кількість, якість та вартість таких факторів калькулювання: готова продукція, незавершене виробництво на початок і на кінець калькульованого періоду, відходи виробництва побічна і допоміжна продукція, остаточний брак виробництва.

Крім того, потрібно визначити втрати від браку, який можна виправити. Ці дані дають змогу скласти загальну формулу калькуляційного процесу:

$$\begin{aligned}
 &\text{Фактична собівартість цієї продукції, яка випущена виробництвом} \\
 &= \\
 &\quad \text{Незавершене виробництво на початок калькуляційного періоду} \\
 &\quad + \\
 &\quad \text{Поточні витрати періоду (місяць, квартал, рік, сезон)} \\
 &\quad - \\
 &\quad \text{Вартість зворотних відходів виробництва} \\
 &\quad - \\
 &\quad \text{Вартість побічної продукції} \\
 &\quad - \\
 &\quad \text{Вартість побіжної продукції} \\
 &\quad + \\
 &\quad \text{Витрати від технологічного браку} \\
 &\quad - \\
 &\quad \text{Незавершене виробництво на кінець калькуляційного періоду.}
 \end{aligned}$$

Залежно від характеру виду економічної діяльності підприємства і типу виробництва, особливостей технологічного і виробничого процесу, ступеню спеціалізації і кооперації, складності виготовлення продукції, організації допоміжних і обслуговуючих виробництв і інших організаційних моментів у виробництві і управлінні підприємства визначаються методи обліку витрат на виробництво продукції і калькулювання її собівартості.

Метод обліку витрат повинен характеризувати з необхідною повнотою і деталізацією процес їх виникнення і напрямок їх формування в конкретному

виробничому процесі. Калькуляція продукції – це тільки один з кінцевих результатів обліку витрат на виробництво.

Згідно з Інструкцією про застосування Плану рахунків № 291 до готової продукції належить продукція, обробка якої закінчена, та яка пройшла випробовування, приймання, укомплектування згідно з умовами договору із замовниками і відповідає технічним умовам і стандартам. За цим нормативним документом для обліку готової продукції відведено рахунок 26 «Готова продукція». Він призначений для узагальнення інформації про наявність та рух готової продукції підприємства. Синтетичний облік готової продукції наведено в таблиці 2.5.

В аналітичному обліку можливе відображення готової продукції за обліковими цінами. При списанні готової продукції з рахунка 26 сума відхилень фактичної виробничої собівартості готової продукції від вартості готової продукції за обліковими цінами (далі – відхилення) визначається як добуток рівня (відсотка) відхилень і вартості відпущеної зі складу готової продукції за обліковими цінами.

Таблиця 2.5

## Бухгалтерське відображення операцій з руху готової продукції

| Зміст операції |                                                                                                                                          | Дт. | Кт. |
|----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|-----|
| 1.             | Оприбуткована на склад готова продукція:                                                                                                 |     |     |
|                | а)- за обліковими цінами                                                                                                                 | 26  | 23  |
|                | б)- за фактичною собівартістю                                                                                                            | 26  | 23  |
| 2.             | Відображені в складі готової продукції напівфабрикати власного виробництва призначені для реалізації на сторону                          | 26  | 25  |
| 3.             | При інвентаризації виявлені лишки готової продукції                                                                                      | 26  | 719 |
| 4.             | Готова продукція призначена для власних потреб оприбуткована як матеріали                                                                | 20  | 26  |
| 5.             | Використовувана готова продукція для потреб виробництва                                                                                  | 23  | 26  |
| 6.             | Недостача, виявлена при інвентаризації готової продукції віднесена за винну особу                                                        | 375 | 26  |
| 7.             | Списана на фінансові результати первісна вартість готової продукції (у випадку, коли підприємства використовують тільки 8 клас рахунків) | 791 | 26  |
| 8.             | Списана собівартість реалізованої готової продукції                                                                                      | 901 | 26  |
| 9.             | Використана готова продукція для адміністративних витрат                                                                                 | 92  | 26  |
| 10.            | Використана готова продукція витрат на збут продукції                                                                                    | 93  | 26  |
| 11.            | Списана готова продукція для досліджень, що здійснює підприємство                                                                        | 94  | 26  |



продукції здійснюється на субрахунку 901 «Собівартість реалізованої готової продукції».

Основним правовим документом для торговельної діяльності та регулювання взаємовідносин між постачальниками і покупцями є договір купівлі-продажу, в якому мають бути відображені такі реквізити: дата укладання договору, найменування постачальника і покупця, предмет та сума договору, терміни й умови поставки, вимоги до якості товару, умови розрахунків, відповідальність сторін за невиконання умов договору і порядок розгляду спорів, термін дії, юридичні адреси.

В умовах, коли торговельне підприємство може вільно купувати і продавати товари на внутрішньому і зовнішньому ринку, передумовою забезпечення успішного бізнесу є забезпечення правильності формування цін. Дотримання порядку ціноутворення на товари є важливою умовою правильної організації бухгалтерського і податкового обліку, розрахункових та інших операцій [17].

Вільні роздрібні ціни можуть визначатись в товаристві також з урахуванням кон'юнктури ринку, якості та попиту на товари, що продаються. Отже, ціна товару складається із собівартості товару, прибутку виробника, ПДВ, торгової націнки.

Собівартість товару - грошовий вираз витрат виробника, що складається із затрат, пов'язаних безпосередньо з виробництвом і реалізацією. Собівартість продукції є першим узагальнюючим елементом відпускної ціни підприємства.

Вільна роздрібна ціна повинна передбачати виконання зобов'язань перед бюджетом по ПДВ. Внаслідок цього товарні націнки роздрібною торгівлі повинні у певній мірі перевищувати суму ПДВ.

Відповідно до НП(С)БО 9 собівартість реалізованих товарів визначається як різниця між продажною (роздрібною) вартістю реалізованих товарів і сумою торговельної націнки на ці товари. Сума торговельної націнки на реалізовані товари визначається як добуток продажної

(роздрібної) вартості реалізованих товарів і середнього відсотку торговельної націнки. Відсоток торговельної націнки розраховується як відношення суми торговельної націнки на початок періоду і націнки, що нарахована за місяць до суми вартості товарів на початок місяця і товарів, що надійшли за місяць. Особливістю цього розрахунку є те, що товари враховуються за роздрібними цінами.

Товарні надбавки - це частина вартості товару, призначена для покриття витрат підприємства, отримання прибутку та сплати податків. Рівень торговельних надбавок визначається  $X_{XX} \cdot X_{XXXXXXX}$  самостійно, виходячи з розмірів витрат  $X_{XX} \cdot X_{XXXXXXX}$  та рівня рентабельності. Рівень товарної надбавки повинен бути розрахований також виходячи із фактичних показників витрат за попередній період з урахуванням змін статей і плановому періоді.

Аналіз готової продукції ведеться в двох площинах: виробництва і обігу готової продукції (рис 2.3). В зв'язку з цим виділяють наступні етапи аналізу виробництва і реалізації продукції:

- аналіз виробництва продукції (асортименту і номенклатури, виконання замовлень з постачання продукції і відвантаження її на склад підприємства, якості робіт і послуг);

- аналіз реалізації продукції (виконання плану відвантаження, структури і асортименту відвантаженої продукції, рівномірності і ритмічності відвантаження, виконання плану відвантаження конкретним замовникам, претензій, рекламацій, причин прийняття продукції на відповідальне зберігання, термінів проходження продукції від постачальника до покупця, способів доставки продукції);

- аналіз залишків нереалізованої продукції (оплати відвантаженої продукції, системи розрахунків, термінів і форм оплати, платоспроможності покупців, обсягу реалізації, надходження виручки від реалізації, залишків готової продукції на складі в розрізі номенклатури, залишків в дорозі, в тому

числі товарів відвантажених, термін оплати яких не настав, не оплачених строк і на відповідальному зберіганні у покупців);

– аналіз факторів і резервів можливого збільшення виробництва і реалізації.

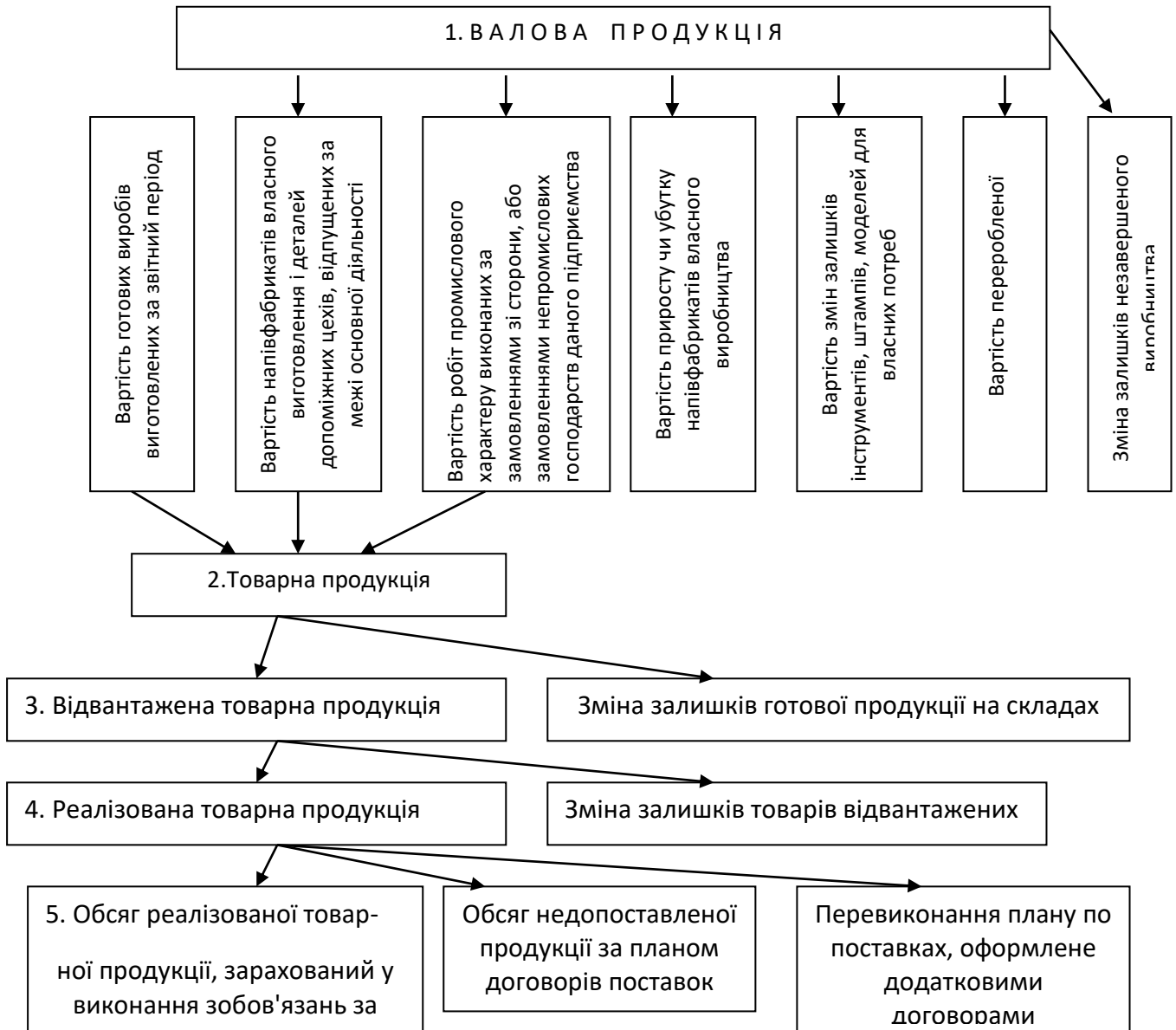


Рис.2.3. Склад і взаємозв'язок показників обсягу виробництва і реалізації продукції

Для аналізу використовують різноманітні вимірники продукції:

1) вартісну оцінку, в тому числі в фактичних і постійних цінах, по собівартості, по нормативній вартості обробки, умовно-чистої продукції (за вирахуванням прямих матеріальних витрат);

- 2) натуральні і умовно-натуральні вимірники;
- 3) трудомісткість в нормо-годинах чи інших одиницях приведеної трудомісткості.

Головний і важливий блок фактичної інформації - це облікова інформація. Вона включає облік наявності продукції на складі: прибутково-видаткові документи, оперативний облік надходження і відвантаження готових виробів, картки складського обліку, інвентаризація залишків, оборотні відомості.

Аналітичне вивчення складу продукції необхідно, щоб виявити зміни у випуску порівняльної та нової продукції що відповідає профілю підприємства і може бути призначена на експорт з власної або давальницької сировини.

До порівняльної продукції відноситься той асортимент продукції, випуск якої продовжується у звітному періоді.

Профільна – це та продукція, перелік якої включено у виробничу програму підприємства, що відповідає меті заснування підприємства. Аналізуючи випуск продукції за складом вивчають не стільки динаміку змін, скільки суттєвість структурних зрушень, оскільки вони впливають на затрати, фінансовий результат, обігові кошти підприємства.

Аналіз якості доцільно почати з оцінки технічного рівня продукції, який характеризується системою показників, що відображають якісну структуру продукції, її конкурентну здатність. Існує нерозривний зв'язок між науково-технічним прогресом і зростанням якості продукції. З одного боку, якість продукції залежить від розвитку науки й техніки, а з другого – науково-технічний прогрес характеризується випуском нових, досконаліших виробів.

Узагальнюючі показники характеризують якість всієї виготовленої продукції незалежно від її виду та призначення:

- питома вага нової продукції в загальному її випуску;
- питома вага атестованої та не атестованої продукції;
- питома вага продукції найвищої категорії якості;



– питома вага продукції, що експортується, в тому числі в високо-розвинуті промислові країни.

Завершують аналіз готової продукції аналізом відвантаження та реалізації готової продукції.

Виконання плану реалізації товарної продукції – необхідна умова стійкого фінансового стану підприємства. При цьому враховуються: випуск продукції, її залишки на складі, продукція відвантажена покупцям на початок і кінець запланованого періоду, а також наявність та ефективність використання основних фондів і виробничих потужностей. Очікувані результати від впровадження нової техніки й технології виробництва та інші показники.

Аналіз реалізації продукції проводиться шляхом встановлення динаміки обсягу реалізації продукції, а також визначення впливу факторів на відхилення за обсягом реалізації.

На обсяги реалізації продукції впливають такі чинники:

– зміна залишків готової продукції на складах на початок звітнього періоду;

– вартість випуску товарної продукції;

– зміна залишків готової продукції на кінець звітнього періоду

Найважливішим показником, який виражає розвиток торгівлі, являється товарооборот - оптовий та роздрібний. Оскільки в Балансі та Звіті про фінансові результати є дані загального товарообороту, то доцільно аналізувати оптовий і роздрібний товарооборот як один показник.

Товарооборот визначається об'ємом грошової виручки ХхХХххХххххххххххх за продані товари. Отже, сума реалізації товарів по роздрібній торгівлі на товаристві є товарооборотом по реалізації в цілому.

Обсяг, структуру і перспективи розвитку товарообороту товариства визначає певна сукупність факторів зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства.

До основних факторів внутрішнього середовища підприємства, що обумовлюють обсяги, структуру та перспективу зростання товарообороту відносяться:

1. Спеціалізація підприємства.

2. Місцезнаходження підприємства.

Дія цього фактору обумовлює інтенсивність потоку потенційних покупців в торгових пунктах та кіосках, які розташовані в найзручніших місцях для продажу товарів (центр міста, і ін.). Адже чим вища інтенсивність потоку покупців, тим більші обсяги товарообороту підприємства, і навпаки.

3. Цінова політика підприємства.

Зростання обсягу товарообороту можливо при:

1) зростанні ціни реалізації окремих видів товарів, хоча можливості використання цього резерву обмежені конкурентною ціною реалізації відповідних товарів;

2) зниженні ціни реалізації окремих видів товарів при умові зростання кількості реалізованих товарів за рахунок залучення додаткових покупців або зростання обсягу придбання товарів одним покупцем.

4. Забезпеченість товарообороту товарними ресурсами.

Обсяг товарообороту підприємства залежить від наявності товарної позиції (надходження товарів), обсягів товарних запасів та їх зміни протягом певного періоду, обсягів іншого вибуття товарних ресурсів.

5. Забезпеченість товарообороту трудовими ресурсами.

Одним з вагомих факторів, які обумовлюють обсяги товарообороту, є наявність персоналу відповідного складу та кваліфікації для реалізації товарів; створення умов для забезпечення необхідного рівня продуктивності праці.

### 2.3. Особливості обліку і оподаткування в інтернет-торгівлі

Стрімке зростання кількості Інтернет користувачів, онлайн-покупців, маркетплейсів, рекламних сайтів та сторінок у соціальних мережах, зумовило значимість електронної комерції як місця концентрації фінансових ресурсів. Особлива увага зосереджена на особливості регулювання господарської діяльності, веденні бухгалтерського обліку та системи оподаткування на підприємствах, що здійснюють свою діяльність за допомогою мережі Інтернет.

Електронна торгівля дає змогу зреалізувати в доволі зручний та доступний спосіб онлайн-купівлю і продаж товарів та послуг, дозволяючи підприємцям розгортати бізнес без географічних обмежень, а клієнтам здійснювати покупки в будь-який час і з будь-якого місця, де є доступ до інтернету. Більше того, електронна торгівля відкриває нові можливості для продавців і споживачів, такі як миттєвий доступ до великого асортименту товарів та послуг і можливість порівняння цін та характеристик товарів (послуг) [21].

Інтернет-торгівля має багато переваг для суб'єктів господарської діяльності. Можливості у сфері електронної комерції дозволяють отримати великий масив інформації про споживачів та інших учасників бізнес-середовища, що дозволяє бути більш конкурентоспроможними на ринку, та значно скоротити свої витрати на реалізацію та збут. Але, незважаючи на низку переваг електронної торгівлі порівняно з традиційною, слід розуміти, що такий спосіб ведення бізнесу має свої специфічні особливості. Велике значення має організація роботи інтернет-магазину, а саме: зручність навігацій та дизайн сайту, наявність відео-/фото-матеріалів та ґрунтовної характеристики про товар, існування відгуків від клієнтів та можливість спілкування з консультантом, швидкість оформлення замовлення та його сплати. Усі зазначені вище положення потребують значних фінансових вкладень, побудови якісної системи управління та обліку усіх господарських операцій, налагодженого документування.

Ведення бухгалтерського обліку у сфері електронної торгівлі умовно складається двох частин:

- облік витрат на створення та обслуговування інтернет-магазину;
- облік розрахункових операцій з покупцями.

Тому, доцільним більш детально розглянути господарських операцій та проведення стосовно першої складової обліку (табл. 2.6). Витрати, що пов'язані з розробкою інтернет-магазину доцільно відображати в обліку як капітальні витрати, тобто визнавати інтернет-магазин нематеріальним активом підприємства згідно з МСБО 38 «Нематеріальні активи» [49].

Таблиця 2.6

Кореспонденція рахунків з обліку витрат на розробку та обслуговування інтернет-магазину

|   | Зміст операції                                          | Кореспонденції |     |
|---|---------------------------------------------------------|----------------|-----|
|   |                                                         | Дт             | Кт  |
| 1 | Сплачено попередню оплату за розробку інтернет-магазину | 371            | 311 |
| 2 | Витрати понесені за розробку сайту                      | 154            | 631 |
| 3 | Сплачено рахунок за реєстрацію доменного імені на рік   | 371            | 311 |
| 4 | Надходження послуг за реєстрації доменного імені        | 93             | 631 |
| 5 | Оплата хостінгу на рік                                  | 371            | 311 |
| 6 | Надходження послуг хостінгу                             | 93             | 631 |
| 7 | Введення інтернет-магазину в експлуатацію               | 125            | 154 |
| 8 | Взаємозалік заборгованостей                             | 631            | 371 |
| 9 | Нарахування амортизації за перший рік користування      | 93             | 133 |

Розробка магазину у мережі Інтернет є об'єктом авторського права, яке належить підприємству [49]. Слід звернути увагу й на те, що за умови реєстрації суб'єкта господарської діяльності як платника податку, при складанні договору на створення електронного магазину, власник авторських/інтелектуальних прав на цей об'єкт повинен витрати за цим

договором амортизувати. Витрати, що пов'язані з розробкою інтернет-магазину обліковуються на субрахунок 154 «Придбання (створення) Нематеріальних активів», а при експлуатації використовується субрахунок 125 «Авторське право і суміжні з ним права» згідно з НП(с)БО 8 [19]. Аналітичний облік введення сайту в експлуатацію здійснюється за допомогою «Акту введення в господарський оборот об'єкта права інтелектуальної власності в складі нематеріальних активів» типової форми № НА-1, затвердженої наказом № 732 [49]. Амортизація нараховується протягом строку корисного використання, але не більше 20 років, а метод нарахування обирається самостійно підприємством. Витрати, що пов'язані з обслуговуванням інтернет – магазину (оренда сервера, сплата рахунків провайдеру та інше), слід відносити на рахунок 93 «Витрати на збут».

Досліджуючи наступний етап, облік розрахунків з покупцями, варто виокремити не тільки види розрахунків, але й способи здійснення доставки замовлень. Усі розрахункові операції можна виділити у три типи:

- оплата готівкою (курєрська доставка продавця, курєрська доставка сторонньої організації, користування послугами поштових відправлень, готівковий розрахунок безпосередньо в офісі продавця);
- безготівкові розрахунки, перекази через банк;
- здійснення розрахунків за допомогою електронних грошей.

Згідно із Законом України «Про електронну комерцію» розрахункові операції у сфері електронної комерції можуть здійснюватися за допомогою платіжних інструментів, електронних грошей, шляхом переказу коштів з карткового рахунку покупця на картковий рахунок продавця або сплата готівковими коштами з дотриманням вимог чинного законодавства щодо оформлення готівкових та безготівкових розрахунків, а також в іншим шляхом, передбаченим законодавством України [41]. В обліку розрахункові операції з покупцями залежно від типу оплати замовлення відображаються наступним чином (таблиця 2.7, додаток Е).

Усі розрахункові операції повинні відповідати чинним нормативно-правовим актам, наприклад, платники єдиного податку можуть здійснювати розрахункові операції тільки у грошовій формі. Якщо платник єдиного податку відвантажує товари чи надає послуги, оплата за які здійснюється за допомогою електронних платіжних систем, тоді суб'єкт господарювання повинен з першого числа місяця перейти на звичайну систему оподаткування згідно з пунктом 298.2.3 Податкового кодексу України [37]. Найбільш розповсюдженим є безготівковий розрахунок шляхом переказу грошових коштів з картки покупця на картку продавця. Оплата готівкою шляхом передачі коштів кур'єром або напряму до каси підприємства, здійснюється меншими потоками, оскільки існує необхідність застосування РРО.

### РОЗДІЛ 3

## ПОКРАЩЕННЯ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ І ТОВАРІВ В УМОВАХ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ

### 3.1. Використання обліково-аналітичних інструментів для оптимізації процесу реалізації

Ефективність збуту залежить від застосованих збутових стратегій маркетингу підприємства, які в свою чергу визначаються комплексом заходів з формування асортименту товарної продукції, укладанням договорів, стимулюванням збуту, ступенем задоволення споживацьких запитів, ціноутворенням, транспортуванням та іншими організаційними аспектами збутової діяльності. Розробка й обґрунтування збутової політики підприємства передбачає визначення оптимальних траєкторій руху продукції до споживача. Для успішного ведення бізнесу корисним інструментом стає електронна комерція, спрямована на розвиток економіки України і задоволення потреб як виробників товарів (робіт, послуг), так і споживачів.

Інформаційні технології стають основою для формування сфери електронної комерції, а її розвиток можна вважати одним із найважливіших напрямів економічного зростання суспільства. Комерційна діяльність, заснована на всесвітній комп'ютерній мережі Internet, дає змогу розширити ринки збуту як малих підприємств, так і великих компаній. Споживачі все більше користуються під час вибору товарів, робіт чи послуг сайтами компаній, магазинів, туристичних фірм тощо. Крім того, досить зручно користуватися сайтами приватних оголошень про продаж товарів, які були вживані.

Оптимізувати процес реалізації продукції і товарів можна за допомогою інтернет-торгівлі з використанням обліково-аналітичних інструментів.

У сучасних складних економічних та політичних умовах електронна комерція надає можливість організації збуту товарів, робіт або послуг з відносно невеликими витратами. Як і будь-який інший вид діяльності підприємств, які виробляють і продають товари (роботи, послуги), електронна комерція підпадає під бухгалтерський облік та оподаткування [21].

Основними об'єктами бухгалтерського обліку в мережі електронної торгівлі є: витрати на створення сайтів та реклама товарів і послуг, оформлення відповідних електронних договорів та приймання замовлення, здійснення електронних платежів у різних формах та операцій щодо виконання замовлення тощо. Усі описані операції мають бути зареєстровані у хронологічному порядку, підлягають обробці та відображенню на рахунках бухгалтерського обліку, що є підставою для складання фінансової звітності.

Обираючи загальну систему оподаткування, суб'єкт бізнесу зобов'язаний сплачувати податок на прибуток, окрім того, від обраної системи оподаткування (спрощена система оподаткування, обліку, звітності чи загальна) можуть також бути платниками ПДВ (20%), податку на доходи фізичних осіб (18%), військового збору (1,5%) та інших податків [19].

За допомогою даних, які будуть узагальнюватися на аналітичних рахунках обліку, можна не лише надавати додаткову інформацію про доходи й витрати суб'єкта господарювання для ухвалення відповідних рішень, але й стежити, як саме вони впливають на фінансовий результат діяльності підприємства.

Отже, організація обліку інтернет-торгівлі – це процес реєстрації, відстеження й аналізу всіх фінансових операцій, які відбуваються через інтернет-магазини та інші онлайн-платформи.

Організація обліку інтернет-торгівлі передбачає декілька ключових аспектів, а саме:



- організацію обліку доходів – реєстрацію та відстеження всіх продажів і надходжень від клієнтів, що охоплює продаж товарів і послуг, які здійснюються через онлайн-магазини, маркет-плейси та інші платформи;

- організацію обліку витрат – облік усіх витрат, пов'язаних з інтернет-торгівлею, таких як закупівля товарів, витрати на рекламу,

- комісії платіжних систем, витрати на доставку, хостинг веб-сайту, підтримка і розробка платформи;

- інвентаризація – відстеження запасів товарів на складах, включаючи кількість товарів, вартість закупівлі та їхній рух (надходження і відвантаження);

- організація системи платежів та повернення коштів – облік усіх платежів, як надходження від клієнтів, так і платежі постачальникам, у тому числі повернення товарів і відшкодування клієнтам;

- організація оподаткування та звітності – ведення обліку податків, які сплачує суб'єкт бізнесу під час ведення онлайн-продажів та формування регулярних фінансових звітів за підсумками діяльності;

- аналітика продажів – аналіз даних про продажі для визначення найпопулярніших товарів, оцінки ефективності рекламних кампаній, розуміння сезонних тенденцій тощо;

- безпека та конфіденційність – забезпечення захисту даних клієнтів і конфіденційності фінансової інформації [16].

Облік інтернет-торгівлі може бути автоматизований за допомогою спеціалізованого програмного забезпечення, яке інтегрується з платформами онлайн-продажів і платіжними системами, що дає змогу значно спростити та оптимізувати процеси обліку.

У міжнародній практиці найпоширенішим програмним забезпеченням для автоматизації інтернет-торгівлі, яке успішно інтегрується з різними платформами електронної комерції, є QuickBooks, Xero, Zoho Books, NetSuite ERP, Shopify Plus, Wave Accounting, Kashoo, Brightpearl та інші

Щорічне збільшення кількості користувачів віртуальних мереж та розвиток електронної комерції невідворотно приводять до розширення діяльності більшості бізнес-суб'єктів в інтернеті. Тож необхідно приділяти значну увагу системі бухгалтерського обліку на підприємстві, яка має забезпечувати всіх користувачів необхідними даними для ухвалення ефективних управлінських рішень. Отже, сучасні облікові запити, зумовлені вимогами інформаційного суспільства, постійно зростають, потребуючи подальших наукових досліджень та нових підходів до вирішення. Саме в цьому напрямі має розвиватися система обліку на рівні підприємства для задоволення інформаційних потреб користувачів різного рівня та ухвалення ефективних управлінських рішень [13].

Розрахункові операції у сфері електронної комерції можуть здійснюватися за допомогою різних платіжних інструментів. Електронна готівка реалізується у вигляді смарт-карти (smart-card), яка може бути електронним гаманцем (e-purse) чи електронним портмоне (e-portemonnaie), що зберігає електронний варіант готівки. Смарт-карта містить всю інформацію, потрібну для операцій з готівкою, і використовується для дрібних побутових розрахунків: оплати проїзду, комунальних послуг, при щоденній купівлі, і т.п.

Для обміну комерційною інформацією в електронній формі використовується відповідний набір стандартів для пересилання фінансових документів телекомунікаційними мережами системи. Наприклад

- EDI (Electronic Data Interchange - електронний обмін даними);
- EFT (Electronic Funds Transfer - електронний переказ грошей).

Відповідно, комерційну інформацію, що пересилається через Інтернет, можна розділити на дві категорії: інформаційні та фінансові трансакції.

У сучасних складних економічних та політичних умовах Інтернет-торгівля дає змогу організувати збут товарів, робіт чи послуг із відносно невеликими витратами. Електронна торгівля, як і будь-який вид діяльності

суб'єктів господарювання, що займаються виробництвом та реалізацією товарів (робіт, послуг), є об'єктом бухгалтерського обліку та оподаткування.

Використання обліково-аналітичних інструментів для оптимізації процесу реалізації, належна організація системи обліково-аналітичного забезпечення електронної комерції дає змогу суб'єкту господарювання отримати своєчасну інформацію для ухвалення ефективних управлінських рішень.

### 3.2. Впровадження сучасних інформаційних ERP-систем в обліково-аналітичному забезпеченні процесу реалізації

Для оцінки і контролю доходів-витрат-результатів підприємства малого та середнього бізнесу в Україні тепер можуть використовувати усі можливості ERP-систем світового рівня.

Планування ресурсів підприємства, ERP-система, (англ. Enterprise Resource Planning System - система планування ресурсів підприємства) - корпоративна інформаційна система (KIC), призначена для автоматизації обліку й управління. Звично, ERP-системи будуються за модульним принципом і в тому або іншому ступені охоплюють всі ключові процеси діяльності компанії.

Класичні системи ERP забезпечують управління в розрізі наступних блоків:

- управління фінансами;
- планування та управління виробництвом;
- управління формуванням та розподілом запасів;
- управління реалізацією та маркетингом;
- управління постачанням;
- управління проектами;
- управління сервісним обслуговуванням;

- управління процедурами забезпечення якості продукції.

Повна інтеграція всіх процесів бізнесу та його зростання може бути забезпечена SAP Business One. Це комплексне та інтегроване рішення класу ERP, яке доступне будь-якій компанії. Використовуючи кращі практики SAP можна зробити якісний стрибок у розвитку свого бізнесу.

Цей програмний продукт характеризують наступні ознаки:

- велика функціональність;
- інтеграція всіх бізнес-процесів підприємства;
- модульний принцип побудови, як дозволяє ізольоване використання окремих компонент систем або їх комбінації, якщо це необхідно з точки зору виробничо-економічних умов;
- розвинута система звітності, в якій кожна операція потрапляє до різних видів звітності; незалежність продукту від конкретної галузі;
- відкритість, можливість формування власних програмних продуктів в середовищі системи;
- підтримка різних мов;
- доступ в систему протоколюється відповідно до прав користувача;
- сучасні технологічні підходи на базі архітектури клієнт-сервер;
- система налаштовується засобами, що доступні користувачу, до конкретних особливостей підприємства, зміни можливі протягом всього часу експлуатації продукту.

SAP R/3 включає в себе такі основні модулі: FI, AM-AA, CO, MM, SD, PP.

FI - система фінансового обліку та звітності:

- бухгалтерія основних видів обліку, плани рахунків, історія змін по рахункам, дані про обороти по рахункам за кожний звітний період, по кожному підрозділу у внутрішній та закордонній валютах, закриття фінансового року, автоматична переоцінка балансових рахунків в іноземних валютах, формування головної книги і стандартних звітів для бухгалтерії;
- бухгалтерія дебіторів та кредиторів;

– сервісні функції - реорганізація основних даних, перенесення сальдо

АМ - АА - облік основних засобів - основні дані, майно підприємства за класами основних засобів, бухгалтерський облік зносу засобів, списання основних засобів, надходження і переміщення основних засобів за підрозділами підприємства, податковий облік основних засобів.

СО - контролінг, облік витрат по місцях їх виникнення, за видами витрат, розподіл і розкладка витрат за планом і фактом (розрахунок планового та фактичного тарифу)

ММ - управління матеріальними потоками:

- закупівлі, формування та обробки замовлень на поставку;
- рух матеріалів, фактурування, оцінка матеріалів;
- автоматичне оперативне формування прибуткових ордерів на основні матеріали та актив на ресурси, виставлення рахунків-фактур для ресурсів.

SD - збут:

- формування основних даних клієнта з боку функцій збуту;
- ведення контрактів та торговельних замовлень, формування цінової політики по клієнтам в різних валютах;

створення класифікатора матеріалів на готову продукцію

РР - планування виробництва:

- в рамках даного модуля виконується планування потреб в матеріалах, формування планових і технологічних замовлень, оперативне ведення витрат матеріалів на технологічні замовлення, облік виробництв, формування оперативних розрахунків;
- оперативне формування аналітичних звітів.

Дворівнева структура інформаційної бази (верхній рівень — сервери бази даних та програм; нижній рівень — клієнтські місця, розташовані в підрозділах та відділах підприємства), дозволяє забезпечити оперативність та достовірність інформації, що вводиться, на підставі якої формуються показники для оперативного прийняття рішень з управління бізнес-процесами підприємства.

В українській версії SAP Business One налаштовані взаємодія з державними органами та автоматизація підготовки та вивантаження інформації для фіскальних служб.

Засіб SAP Business One надає доступний спосіб керування всім бізнесом - від бухгалтерії та фінансів, закупівель, складських запасів, продажів, зв'язків з клієнтами та керування проектами до операційної діяльності та кадрів. SAP Business One допоможе раціоналізувати процеси і отримати краще розуміння стану бізнесу, щоб мати можливість діяти швидко і приймати рішення на основі інформації у реальному часі, стимулюючи зростання прибутку.

Таким чином можна зробити висновок, що рішення SAP Business One призначено для малих та середніх комерційних компаній є гнучке, модульне, але разом з тим потужне та має дружній інтерфейс, простий у використанні. Даний програмний продукт може бути рекомендований у використанні на XxXXxxXxxxxxxxxx.

### 3.3. Удосконалення облікової політики підприємства щодо доходів від реалізації продукції

Облікова політика підприємства повинна відповідати принципам бухгалтерського обліку України, з одного боку, і цілям діяльності підприємства по досягненню фінансових результатів – з іншого.

Розроблення облікової політики на підприємстві є трудомістким і відповідальним процесом, так як підприємству доведеться працювати не один рік і враховувати всі зобов'язання згідно з розробленими ним положеннями. Облікова політика має довгостроковий характер і не підлягає змінам протягом усього звітного року.

Розроблення і прийняття облікової політики підприємства має ґрунтуватися не тільки на глибокому і всебічному вивченні ринкового



Таблиця 3.1

## Аналітичні рахунки до субрахунків 931-935

| Субрахунки                                                                        | Аналітичні рахунки | Найменування                                                                                                                    |
|-----------------------------------------------------------------------------------|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 931 «Витрати на рекламу та дослідження ринку (маркетинг)»                         | 931-1              | «Витрати пакувальних матеріалів для затарювання готової продукції»                                                              |
|                                                                                   | 931-2              | «Витрати на дослідження ринку»                                                                                                  |
|                                                                                   | 931-3              | «Витрати на рекламу у засобах масової інформації»                                                                               |
| 932 «Витрати на зберігання готової продукції»                                     | 932-1              | «Витрати на утримання основних засобів, інших матеріальних необоротних активів, пов'язаних зі збутом готової продукції»         |
|                                                                                   | 932-2              | «Витрати на ремонт тари»                                                                                                        |
|                                                                                   | 932-3              | «Витрати на гарантійний ремонт і гарантійне обслуговування»                                                                     |
|                                                                                   | 932-4              | «Витрати на страхування призначеної для подальшої реалізації готової продукції, що зберігається на складі підприємства»         |
| 933 «Витрати на транспортування»                                                  | 933-1              | «Витрати на транспортування, перевалку і страхування готової продукції»                                                         |
|                                                                                   | 933-2              | «Транспортно-експедиційні та інші послуги, пов'язані з транспортуванням готової продукції відповідно до умов договору поставки» |
|                                                                                   | 933-3              | «Витрати на транспортування готової продукції між складами підрозділів (філій, представництв) підприємства»                     |
| 934 «Витрати на оплату праці працівникам, що забезпечують збут готової продукції» | 934-1              | «Оплата праці та комісійні винагороди продавцям»                                                                                |
|                                                                                   | 934-2              | «Оплата праці торговим агентам»                                                                                                 |
|                                                                                   | 934-3              | «Оплата праці працівникам підрозділів, що забезпечують збут»                                                                    |
|                                                                                   | 934-4              | «Витрати на відрядження працівників, зайнятих збутом на території України»                                                      |
|                                                                                   | 934-5              | «Витрати на відрядження працівників, зайнятих збутом за кордоном»                                                               |
| 935 «Інші витрати, пов'язані зі збутом готової продукції»                         | 935-1              | «Трансакційні витрати»                                                                                                          |

Запровадження на практиці запропонованої деталізації обліку витрат на збут сприятиме формуванню належного обліково-інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень щодо реалізації готової продукції.

Бухгалтерський облік процесів і господарських операцій на підприємстві ведуть згідно з чинним законодавством в Україні. Інформація,



відображена у фінансовій звітності, вважається такою, що відповідає даним бухгалтерського обліку наявності та руху готової продукції, якщо це підтверджують результати аудиту. Подальше удосконалення обліку готової продукції, доходів і витрат, а також кінцевих фінансових результатів пов'язується із подальшою гармонізацією вітчизняного обліку та звітності з міжнародними стандартами.

Вироблення та послідовне проведення до життя активної збутової діяльності, яка б сприяла вирішенню триєдиної задачі: повному задоволенню суспільних та індивідуальних потреб у відповідній продукції, прискоренню реалізації готових виробів і оборотності вкладених до них оборотних коштів та підсиленню ринкових позицій підприємства стало центральною проблемою функціонування ХхХХххХxxxxxxxxx.

## ВИСНОВКИ

Виручка від реалізації продукції, товарів, робіт і послуг є основним джерелом відшкодування коштів на виробництво і реалізацію продукції, утворення доходів і формування фінансових ресурсів. За ринкової економіки обсягу продажу і виручці приділяється особлива увага. Від величини виручки залежить не тільки внутрішньовиробниче відшкодування витрат і формування прибутку, а й своєчасність і повнота податкових платежів, погашення банківських кредитів, які впливають на рівень виплачених відсотків, що в кінцевому підсумку позначається на фінансовому результаті і діяльності підприємства.

Для успішного ведення бізнесу корисним інструментом стає електронна комерція, спрямована на розвиток економіки України і задоволення потреб як виробників товарів (робіт, послуг), так і споживачів.

Ефективність швейної галузі залежить від багатьох економічних факторів та раціонального розміщення її підприємств. Для легкої промисловості характерна менш виражена, порівняно з іншими галузями, територіальна спеціалізація, бо практично в кожній області є ті чи інші її підприємства.

Стрімке зростання кількості Інтернет користувачів, онлайн-покупців, маркетплейсів, рекламних сайтів та сторінок у соціальних мережах, зумовило значимість електронної комерції як місця концентрації фінансових ресурсів. Особлива увага зосереджена на особливості регулювання господарської діяльності, веденні бухгалтерського обліку та системи оподаткування на підприємствах, що здійснюють свою діяльність за допомогою мережі Інтернет.

Електронна торгівля дає змогу зреалізувати в доволі зручний та доступний спосіб онлайн-купівлю і продаж товарів та послуг, дозволяючи підприємцям розгортати бізнес без географічних обмежень, а клієнтам здійснювати покупки в будь-який час і з будь-якого місця, де є доступ до інтернету. Більше того, електронна торгівля відкриває нові можливості для продавців і споживачів, такі як миттєвий доступ до великого асортименту товарів та послуг і можливість порівняння цін та характеристик товарів (послуг)

Незважаючи на низку переваг електронної торгівлі порівняно з традиційною, слід розуміти, що такий спосіб ведення бізнесу має свої специфічні особливості. Велике значення має організація роботи інтернет-магазину, а саме: зручність навігацій та дизайн сайту, наявність відео-/фото-матеріалів та ґрунтовної характеристики про товар, існування відгуків від клієнтів та можливість спілкування з консультантом, швидкість оформлення замовлення та його сплати. Усі зазначені вище положення потребують значних фінансових вкладень, побудови якісної системи управління та обліку усіх господарських операцій, налагодженого документування.

У сучасних складних економічних та політичних умовах Інтернет-торгівля дає змогу організувати збут товарів, робіт чи послуг із відносно невеликими витратами. Електронна торгівля, як і будь-який вид діяльності суб'єктів господарювання, що займаються виробництвом та реалізацією товарів (робіт, послуг), є об'єктом бухгалтерського обліку та оподаткування.

Використання обліково-аналітичних інструментів для оптимізації процесу реалізації, належна організація системи обліково-аналітичного забезпечення електронної комерції дає змогу суб'єкту господарювання отримати своєчасну інформацію для ухвалення ефективних управлінських рішень.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабенко М. Проблеми впровадження та облікового забезпечення електронної комерції. Сучасні тенденції розвитку обліку, аналізу, контролю, аудиту та оподаткування: матеріали міжнародної наук.-практ. конф., м. Луцьк. (21 листопада 2025 р.) с. 8-9.

2. Бечко П. К., Попиченко Д. А. Методичні підходи щодо визначення показників ефективності використання оборотних активів. URL: <http://global-national.in.ua/issue-9-2016/17-vipusk-9-lyutij-2016/1730-bechko-p-k-popichenko-d-a-metodichni-pidkhodi-shchodo-viznachennya-pokaznikiv-efektivnosti-vikoristannya-oborotnikh-aktiviv> (Дата звернення 06.11.2025).

3. Белозерцев В. С., Гарькавий М. Г. Облік та аналіз реалізації товарів на підприємстві електронної комерції. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 23. С. 40–43. DOI: [10.32702/2306-6814.2018.23.40](https://doi.org/10.32702/2306-6814.2018.23.40)

4. Білявський В. М. Бенчмаркінг як інструмент підвищення ефективної операційної діяльності підприємств. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Серія: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку* : зб. наук. пр. Львів, 2017. № 862 : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. С. 10-18. Бібліогр.: 17 назв.

5. Брушко Г. В. Методологічні основи управління оборотними активами. URL: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/knp/179\\_31-33.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/knp/179_31-33.pdf) (Дата звернення 25.09.2025)

6. Валькова Н. В., Брохун Н. С., Проблеми обліку діяльності у сфері електронної комерції. *Вісник Хмельницького національного університету*, 2017, № 6 Том 3. [Articles](#)

7. Візіренко С. В., Агаркова О. В. Організація обліку процесу реалізації готової продукції. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018 № 24 С.36-42.
- Візіренко С., Шуляк С. Удосконалення обліку готової продукції та витрат на збут. *Управління змінами та інновації*. 2021. № 1. С. 24-29. URL: <https://cmi.politehnica.zp.ua/index.php/journal/article/view/6> (дата звернення: 4.11.2025)
8. Головачко В. М., Шулевка О. Ю. Легка промисловість, методика обліку витрат. *Науковий вісник Мукачівського державного університету Економічні науки* №22(17) 2017 с. 194-202 <https://salo.li/8835525>
9. Голубєва Н. Ю. Порядок укладення договорів в електронній формі за законодавством України. URL : <http://dspace.onua.edu.ua/handle/11300/5389>
10. Гудзь Н. В., Денчук П. Н., Романів Р. В. Бухгалтерський облік : навч. посіб. 2-ге вид., переробл. і допов. Київ : Центр учб. літ., 2016. 424 с.
11. Дужич К. Особливості обліку реалізації готової продукції. *Проблеми та перспективи розвитку економіки України: погляд молоді* : матеріали XIV Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Черкаси, 20 квіт. 2022 р. Черкаси, 2022. С. 94-96. URL: [http://csbc.edu.ua/documents/student/2801\\_1.pdf#page=95](http://csbc.edu.ua/documents/student/2801_1.pdf#page=95) (дата звернення: 4.11.2025)
12. Євлаш Т.О., Говоруха О.О. Особливості швейного виробництва від умов обробки сировини. *Економічний аналіз*. 2021. 31 (1) <https://doi.org/10.35774/econa2021.01.097>
13. Єлейко В. І., Кіндрат О. В. Економетричне моделювання впливу власного та позикового капіталу на збільшення доходу від реалізації продукції. *Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького. Серія : Економічні науки*. 2016. Т. 18, № 2. С. 62-66. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/smlnues\\_2016\\_18\\_2\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/smlnues_2016_18_2_13) (дата звернення: 5.11.2025)
14. Інструкція «Про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку» від 30.11.1999 № 291 [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99>. Зінченко О. В. Особливості методики аудиту готової продукції. *Бухгалтерський облік, аналіз, аудит*. 2017. Випуск 5. С. 206-212.

15. Кащена Н.Б. Інформаційне забезпечення управління реалізацією товарів в підприємствах торгівлі: обліково-аналітичний аспект : монографія / Н.Б. Кащена, Н.М. Носач, Г.Л. Чміль. Х. : Вид-во Іванченка І. С., 2022. 258 с.  
<https://repo.btu.kharkiv.ua/server/api/core/bitstreams/1ba5e1b8-6dbc-4fe9-b8b8-6b51bd2a2c54/content>

16. Краус К. М., Краус Н.М., Манжура О.В. Електронна комерція та інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник. Аграр Медіа Груп, 2021. 454 с.

17. Крупка Я. Д., Кулинич М. Б., Сафарова А. Т. Бухгалтерський облік за видами економічної діяльності : навч. посіб. для студ. усіх форм навч. Луцьк : Вежа-друк. 2022. 452 с

18. Кулинич М. Б., Матвійчук І О., Гадзевич А. О. Аналітика даних, бухгалтерія та аналітична підтримка як основа інноваційного розвитку в електронній комерції. *Економічний журнал Волинського національного університету імені Лесі України*. 2025. 1, 41 с. 52–61. DOI: <https://doi.org/10.29038/2786-4618-2025-01-52-61>.

19. Лега О. В. Інтернет-торгівля: облік та оподаткування. *Причорноморські економічні студії*. 2019 випуск 43, с.164-169.

20. Маценко Л. Ф. Удосконалення методики внутрішнього контролю процесів постачання, виробництва та реалізації в інформаційному суспільстві. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. 2017. Вип. 1-2. С. 166-174. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchtei\\_2017\\_1-2\\_17](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchtei_2017_1-2_17) (дата звернення: 5.11.2025)

21. Мацків Г., Райтер Н., Томашевський Ю. Електронна комерція суб'єктів господарювання: обліково-аналітичний аспект. *Вісник Львівського національного екологічного університету. Серія "Економіка АПК"*, (31), 74–79. <https://doi.org/10.31734/economics2024.31.010>

22. Мацків, Г., Ціцька, Н., & Мирончук, З. Обліково-аналітичне забезпечення електронної комерції в аграрному бізнесі. *Економічний простір*. 2020. (153), 105-109. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/153-18>
23. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 1 «Подання фінансової звітності». База даних «Законодавство України». URL : [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929\\_013](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_013) (дата звернення: 07.11.2025).
24. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 2 «Запаси» [Електронний ресурс]. - Режим доступу : [http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/-929\\_021](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/-929_021)
25. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: Наказ Міністерства фінансів України 07.02.2013 р. № 73. – URL : <http://zakon2.rada.gov.ua> (дата звернення 05.11.2025)
26. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» Наказ міністерства фінансів України від № 246 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua).
28. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість» Наказ міністерства фінансів України від № 237 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua).
29. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 29.11.99 № 290
30. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» наказ міністерства фінансів України від № 318 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua).
31. Носач Н. М. Облік і аналіз реалізації товарів в підприємствах торгівлі : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.09. Харків, 2019. 26 с.
32. Оптимізація узгодження платежів в електронній комерції: як зберегти контроль і прозорість щодо грошових потоків. *E-commerce.Germany* <https://salo.li/01c1CED>

33. Осадча Г. Г. Темчишина Ю. Л. Облік готової продукції та його науково-методичні аспекти на сучасному промисловому підприємстві. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Випуск 16. С.894-898
34. Паламаренко Ю.О, Особливості бухгалтерського обліку і оподаткування в інтернет-торгівлі *Облік і фінанси АПК*. 2015. [Особливості бухгалтерського обліку і оподаткування в інтернет-торгівлі - Облік і фінанси АПК: науково-освітній портал](#)
35. Павленко О.П., Бурсук Г.Ю. Фінансовий аналіз оборотних активів та оптимізація джерел їх формування. *Молодий вчений*. 2017. № 10. С. 981–984.
36. Панасюк В. М., Мельничук І. В., Омецінська І. Я. Облік та оподаткування в інтернет-бізнесі: перспективи розвитку та виклики. *Бізнес Інформ*. 2024. № 1. С. 258-266. Бібліогр.: 16 назв. URL: [https://www.business-inform.net/export\\_pdf/business-inform-2024-1\\_0-pages-258\\_266.pdf](https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2024-1_0-pages-258_266.pdf) (дата звернення: 5.11.2025)
37. Податковий кодекс України № 2755-VI від 02.12.2010 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
38. Подмешальська Ю. В., Прокопенко А. Ю. Удосконалення обліку та аудит доходів від реалізації готової продукції в умовах використання інформаційних систем та технологій. *Агросвіт*. 2021. № 1-2. С. 71-81. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/agrosvit\\_2021\\_1-2\\_10](http://nbuv.gov.ua/UJRN/agrosvit_2021_1-2_10) (дата звернення: 5.11.2025)
39. Про затвердження Плану рахунків бухгалтерського обліку та Інструкції про його застосування: Наказ Міністерства фінансів України від 30.11.99 р. № 291. [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/-show/z089299>
40. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 03.09.2024 р. № 996-XIV. Відомості Верховної Ради України. 1999. № 40. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text> (дата звернення: 45.11.2025)



41. Про електронну комерцію Закон України від 03.09.2015 № 675-VIII <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text> (дата звернення: 15.11.2025).
42. Про електронні документи та електронний документообіг: Закон України від 22 травня 2003 року. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/851-15#>
43. Про захист персональних даних: Закон України від 1 червня 2010 року// Відомості Верховної Ради України. 2010. № 34. Ст. 481. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17#Text>
44. Про електронні довірчі послуги: Закон України від 5 жовтня 2017 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2155-19#Text>
45. Про електронні комунікації: Закон України від 16 грудня 2020 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1089-20#Text>
46. Про платіжні послуги: Закон України від 30 червня 2021 року. URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1591-20#n1249>
47. Про стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні: Закон України від 15 липня 2021 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1667-20#Text>
48. Про хмарні послуги: Закон України від 17 лютого 2022 року URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2075-20#Text>
49. Проскуріна Н., Конєва А. Електронна комерція: особливості системи бухгалтерського обліку. *Економіка та суспільство*. 2021, Випуск 34, DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-95> (дата звернення: 15.11.2025).
50. Скаско О. Організація обліку процесу реалізації готової продукції. *Формування ринкової економіки в Україні* : зб. наук. пр. Львів, 2019. Вип. 41. С. 381-389.
51. Сталість як шлях до майбутнього української галузі текстилю та одягу. Сайт Укрлегпром. 2024. [Сталість як шлях до майбутнього української галузі текстилю та одягу - Укрлегпром](#)

52. Чепець О. Г. Клочко К. Ю. Особливості організації обліку процесу реалізації продукції. *Ефективна економіка*, 2017 № 1.
53. Nazarova, Iryna. "Definition, Accounting and Information Support of Electronic Settlements". *Herald of Economics*, no. 3, Oct. 2022, pp. 123-36, <https://doi.org/10.35774/visnyk2022.03.123>.

## ДОДАТКИ

## Додаток А

## Таблиця 2.2

## Структурні підрозділи ХхХХххХххххххххххх

| Назва підрозділу                | Специфіка діяльності                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|---------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Фотостудія                      | Творча група має у своєму розпорядженні фотостудію, де і відбувається зйомка усіх колекцій, що дає вас змогу детально все роздивитись                                                                                                                                                                                                |
| Ткацький цех                    | Основа для тканини передається в ткацький цех, де власне і з'являється сурова, неоздоблена тканина                                                                                                                                                                                                                                   |
| Оздоблення тканини              | Це сушильно-розширювальна мишина, на ній тканина проходить фінальне оздоблення. Тут вона термостабілізується, просушується, відбілюється                                                                                                                                                                                             |
| Експериментальна дільниця       | Перед тим як пофарбувати 800-1000 метрів тканини в певний колір – наша лабораторія профарбовує маленький зразок і отриманий результат порівнює з каталогом еталонних кольорів Pantone, щоб переконатись, що вийшов точно такий колір як замовник замовив                                                                             |
| Фарбування                      | Отримавши тканину, підготовлену до фарбування, переміщаємо її в оздоблювальний цех. Власне сам процес фарбування проходить в так званих джигерах – є 3 атмосферні (призначені для фарбування натуральних тканин) та 1 високотемпературний (призначений для фарбування штучних тканин, а саме поліестеру та його сумішей)             |
| Контрольна лабораторія          | Особливу увагу приділяється відповідності якості тканини та одягу заявленим нормам та стандартам. Лабораторія оснащена усім необхідним обладнанням для отримання об'єктивних результатів в найкоротші терміни                                                                                                                        |
| Розкрійний цех                  | У розкрійному цеху тканина, згідно з розрахунками конструкторів, настиляється шарами на розкрійні столи. На верхній шар настилу накладаються роздруковані лекала, і по них викроюються деталі, застосовуючи пересувні та стаціонарні розкрійні ножі чи автоматизовані розкрійні комплекси. Викроєні деталі передаються у швейний цех |
| Вишивальний цех                 | Якщо вибір з вишивкою, то покроєні деталі переміщують у вишивальний цех. Тут і відбувається процес створення усієї вишивки                                                                                                                                                                                                           |
| Відділ контролю готових виробів | Готові вироби проходять контроль якості, де ретельно перевіряється якість пошиття та відсутність будь-яких дефектів. І тільки потім передаємо на пакування та переміщуємо на склад                                                                                                                                                   |

## Додаток В

## Таблиця 2.3

## Динаміка активів ХхХХххХххххххххххх за 2022 – 2024 роки

| Показник                                        | 2022 рік | 2023 рік | 2024 рік | Відхилення<br>2024/ 2022 |          | Відхилення<br>2024/2023 |        |
|-------------------------------------------------|----------|----------|----------|--------------------------|----------|-------------------------|--------|
|                                                 |          |          |          | абс                      | %        | абс                     | %      |
| Нематеріальні активи                            | 530      | 535      | 282      | -248                     | -46,79   | -253                    | -47,29 |
| Незавершені капітальні інвестиції               | 3745     | 0        | 13544    | 9799                     | 261,66   | 13544                   | -      |
| Основні засоби                                  | 19890    | 35217    | 33272    | 13382                    | 67,28    | -1945                   | -5,52  |
| Необоротні активи                               | 24165    | 35752    | 47098    | 22933                    | 94,90    | 11346                   | 31,74  |
| Запаси                                          | 98546    | 124395   | 155013   | 56467                    | 57,30    | 30618                   | 24,61  |
| Дебіторська заборгованість за товари і послуги  | 5960     | 13431    | 19489    | 13529                    | 227      | 6058                    | 45,10  |
| Дебіторська заборгованість за виданими авансами | 11083    | 10725    | 9448     | -1635                    | -14,75   | -1277                   | -11,91 |
| Дебіторська заборгованість з бюджетом           | 11132    | 10378    | 3161     | -7971                    | -71,60   | -7217                   | -69,54 |
| Інша поточна дебіторська заборгованість         | 49       | 62       | 6014     | 5965                     | 12173,47 | 5952                    | 9600   |
| Гроші і їх еквіваленти                          | 1686     | 15155    | 6204     | 4518                     | 267,97   | -8951                   | -59,06 |
| Витрати майбутніх періодів                      | 49       | 26       | 106      | 57                       | 116,33   | 80                      | 307,69 |
| Інші оборотні активи                            | 48       | 488      | 86       | 38                       | 79,17    | -402,0                  | -82,38 |
| Оборотні активи                                 | 128553   | 174660   | 199521   | 70968                    | 55,21    | 24861                   | 14,23  |
| Всього активи                                   | 152718   | 210412   | 246619   | 93901                    | 61,49    | 36207                   | 17,21  |

Джерело: створено на основі фінансової звітності

Додаток Д  
Таблиця 2.4

Динаміка пасивів ХхХХххХххххххххххх за 2022 – 2024 роки

| Показник                                                              | 2022 рік | 2023 рік | 2024 рік | Відхилення 2024/<br>2022 |           | Відхилення<br>2024/2023 |          |
|-----------------------------------------------------------------------|----------|----------|----------|--------------------------|-----------|-------------------------|----------|
|                                                                       |          |          |          | абс                      | %         | абс                     | %        |
| Зареєстрований капітал                                                | 4801     | 4801     | 4801     | 0                        | 0         | 0                       | 0        |
| Капітал в дооцінках                                                   | 17825    | 17825    | 17825    | 0                        | 0         | 0                       | 0        |
| Додатковий капітал                                                    | 30240    | 30240    | 30240    | 0                        | 0         | 0                       | 0        |
| Резервний капітал                                                     | 7500     | 7500     | 7500     | 0                        | 0         | 0                       | 0        |
| Нерозподілений прибуток                                               | 51163    | 57931    | 80634    | 29471                    | 57,6      | 22703                   | 39,19    |
| Власний капітал                                                       | 111529   | 118297   | 141000   | 29471                    | 26,42     | 22703                   | 19,19    |
| Короткострокові кредити банків                                        | 22118    | 48910    | 36443    | 14325                    | 64,77     | -12467                  | 25,49    |
| Поточна кредиторська заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями | 410      | 2925     | 9678     | 9268                     | 2260,49   | 6753                    | - 230,87 |
| Поточна кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги        | 9558     | 5577     | 5291     | -4267                    | 44,64     | -286                    | 5,13     |
| Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з бюджетом        | 165      | 1357     | 2229     | 2064                     | - 1250,91 | 872                     | -64,26   |
| Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками зі страхування    | 6        | 409      | 354      | 348                      | 5800      | -55                     | 13,45    |
| Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з оплати праці    | 34       | 1496     | 1606     | 1572                     | 4623,53   | 110                     | -7,35    |
| Поточні забезпечення                                                  | 1060     | 1973     | 2044     | 984                      | 92,83     | 71                      | 3,6      |
| Доходи майбутніх періодів                                             | 0        | 1247     | 968      | 968                      | -         | -279                    | 22,37    |
| Інші поточні зобов'язання                                             | 7838     | 28221    | 30104    | 22266                    | 284,08    | 1883                    | -6,67    |
| Поточні зобов'язання                                                  | 41189    | 92115    | 88717    | 47528                    | 115,39    | -3398                   | 3,69     |
| Пасив                                                                 | 152718   | 210412   | 246619   | 93901                    | 61,49     | 36207                   | 17,21    |

Джерело: створено на основі фінансової звітності

Додаток Е  
Таблиця 2.7

Кореспонденція рахунків з обліку реалізації товарів через мережу  
Інтернет

|   | Зміст операції                                                                           | Кореспонденції |     |
|---|------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-----|
|   |                                                                                          | Дт             | Кт  |
|   | Оплата готівкою через кур'єрську службу продавця                                         |                |     |
| 1 | Передано замовлення кур'єру підприємства                                                 | 287            | 281 |
| 2 | Оприбуткування готівки в касу підприємства                                               | 301            | 702 |
| 3 | Відображення податкового зобов'язання з ПДВ                                              | 702            | 641 |
| 4 | Списано собівартість реалізованих товарів                                                | 902            | 287 |
| 5 | Відображено витрати на кур'єрську доставку                                               | 93             | 372 |
| 6 | Нараховано заробітну плату кур'єру                                                       | 93             | 661 |
| 7 | Нараховано ЄСВ на заробітну плату кур'єра                                                | 93             | 651 |
| 8 | Визначено фінансовий результат                                                           | 702            | 791 |
|   |                                                                                          | 791            | 902 |
|   |                                                                                          | 791            | 93  |
|   | Оплата замовлення через сторонню кур'єрську організацію                                  |                |     |
|   | Передано замовлення кур'єрській службі                                                   | 287            | 281 |
|   | Нараховано витрати за користування послугами кур'єра                                     | 93             | 631 |
|   | Відображення податкового кредиту з ПДВ                                                   | 641            | 631 |
|   | Отримано звіт за кур'єрську доставку товару                                              | 361            | 702 |
|   | Відображення податкового зобов'язання з ПДВ                                              | 702            | 641 |
|   | Оприбутковано оплату за товар                                                            | 311            | 361 |
|   | Готівковий або безготівковий (через термінал) розрахунок з покупцем в офісі підприємства |                |     |
|   | Перераховано оплату за товар в касу або на поточних рахунок підприємства                 | 301            | 702 |
|   |                                                                                          | 311            |     |
|   | Відображення податкового зобов'язання з ПДВ                                              | 702            | 641 |

|  |                                                          |     |             |
|--|----------------------------------------------------------|-----|-------------|
|  | Списано собівартість реалізованих товарів                | 902 | 281         |
|  | Оплата замовлення електронними грошима                   |     |             |
|  | Отримано оплату за товар електронними грошима            | 377 | 702,<br>703 |
|  | Списано собівартість реалізованих товарів                | 902 | 281         |
|  | Дохід від реалізованої продукції                         | 361 | 702         |
|  | Відображення податкового зобов'язання з ПДВ              | 702 | 641         |
|  | Взаємозалік заборгованостей                              | 685 | 361         |
|  | Списання собівартості отриманих електронних грошей       | 949 | 685         |
|  | Отримано на поточний рахунок переведені електронні гроші | 311 | 377         |

Додаток Б



