

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра Бухгалтерського обліку та аудиту
(повна назва кафедри)

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 071 «Облік і оподаткування»
(шифр та найменування спеціальності)
за магістерською програмою професійного спрямування
«Облік, аудит і оподаткування підприємницької діяльності»
(назва магістерської програми)

на тему: «Облік, аудит та аналіз в системі управління витратами
на збут торговельного підприємства (на прикладі ТОВ «Таврія В»)»

Виконавець:
студентка 6 курсу М1 групи ЦЗФН

Попова О.М.

(прізвище та ініціали)

(підпис)

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Шерер І.Л.

(прізвище та ініціали)

(підпис)

ОДЕСА – 2019

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Помітне значення в діяльності торговельних підприємств відводиться обліку та аудиту витрат на збут. Для того щоб інформація про витрати торговельних підприємств своєчасно надходила до користувачів, а також із метою забезпечення контролю за використанням матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, необхідно конкретизувати методику обліку витрат на збут відповідно до умов та обсягів діяльності підприємств торгівлі, їх організаційної структури.

Проблеми обліку витрат торговельних підприємств досліджувались такими вітчизняними вченими, як М.Т. Білуха, Н.І. Дорош, Г.М. Давидова, В.Г. Жила, О.Ю. Редько, Л.В. Гуцаленко, Н.Г. Здирко, Г.О. Москалюк та ін.

Однак, дотепер залишається не сформульованою єдина позиція щодо суті понять «збут продукції» та «витрати на збут», трапляється неузгодженість нормативно-правових документів, є мало дослідженими, спірними та потребують серйозного вдосконалення організація та методика обліку та аудиту витрат на зберігання та транспортування товарів тощо. Вищесказане і визначило актуальність дослідження.

Мета і завдання дослідження. Метою кваліфікаційної роботи є наукове обґрунтування шляхів вдосконалення обліку та аудиту витрат на збут торговельних підприємства з метою підвищення ефективності управління ними, що є дуже важливим в сучасних умовах господарювання.

Досягнення визначеної мети передбачило формування і виконання таких завдань:

- розкрити економічну сутність витрат на збут торговельної галузі;
- відобразити систему аналітичного і синтетичного обліку витрат на збут торговельних підприємств та надати рекомендації щодо її поліпшення;
- розробити рекомендації з організації руху документів, які стосуються витрат на збут, для їх оперативного та якісного опрацювання;
- визначити шляхи покращення рівня інформаційного забезпечення щодо витрат на збут торговельних підприємства;
- виконати економічний аналіз витрат торговельного підприємства;
- обґрунтувати ефект від проведення вибіркового аудиту витрат на збут торговельного підприємства.

Об'єкт дослідження. Об'єктом дослідження є процес формування витрат на збут торговельних підприємств.

Предмет дослідження. Предметом дослідження є теоретичні, методичні та організаційні засади обліку, аудиту та аналізу витрат на збуту торговельних підприємствах.

Методика дослідження. В процесі дослідження проблем обліку витрат на збут в торговельних підприємствах, застосовувався метод наукової абстракції. Прийоми дедукції та індукції використовувалися для дослідження сучасного стану обліку і аудиту витрат на збут торговельних підприємств, аналіз і синтез – для означення проблем та перспектив розвитку торговельних підприємств. Для

побудови моделі залежності витрат від обсягу продажу на торговельних підприємствах, моделювання статей витрат із урахуванням галузевих особливостей торгівлі використовувався метод моделювання. При розробці проекту внесення змін до системи ведення обліку витрат за субрахунками та аналітичними рахунками до них використано метод проектування.

Інформаційна база дослідження. Теоретичною основою кваліфікаційної роботи є фундаментальні положення економічної науки, наукові праці зарубіжних та вітчизняних вчених з галузі обліку, аудиту та аналізу. Використано положення законодавчих і нормативних актів з питань економіки, підприємницької діяльності, оподаткування, бухгалтерського обліку, контролю і економічного аналізу, матеріали періодичних видань, статистичні довідники, реєстри обліку та звітності ТОВ «Таврія В», за 2015 – 2017 рр., яке спеціалізується в галузі роздрібною торгівлі продовольчими та непродовольчими товарами. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних літературних джерел та додатків.

Публікація та апробація результатів дослідження. Результати дослідження впроваджено в господарську практику ТОВ «Таврія В».

За матеріалами дослідження підготовлено до публікації наукову статтю: «Проблеми визначення та обліку витрат торговельного підприємства на маркетинг».

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі визначено сутність витрат на збут як об'єкту обліку, аналізу та аудиту. Розглянуто класифікацію витрат на збут. Досліджено проблеми визначення та обліку витрат на маркетинг.

В другому розділі вивчено стан бухгалтерського та податкового обліку витрат на збут і маркетинг визначено недоліки та показано можливості удосконалення.

В третьому розділі вивчено методику аудиту витрат на збут, виконано аналіз витрат досліджуваного підприємства та виконано економіко-математичне моделювання в системі управління формуванням збутової політики підприємства.

ВИСНОВКИ

За результатами дослідження зроблено наступні висновки та пропозиції.

Поняття збут доволі різноманітно трактують вчені-економісти різних історичних періодів. На нашу думку, збут – це процес, спрямований на підтримку реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), який триває з моменту укладання угоди з покупцем (замовником) до моменту отримання від нього відшкодування у грошовій або іншій формі. Збут включає операції з продажу товарів, пошуку ринків збуту, та виявлення всіх чинників які б сприяли збільшенню клієнтської бази, та збільшенню обсягів продажу і активне впровадження даних чинників для оптимізації збутового процесу.

Вивчаючи ознаки та порядок класифікації витрат на збут, що досліджувалися в економічній літературі, можна зробити висновок про відсутність єдності поглядів провідних спеціалістів щодо цього питання. У спеціальній літературі нараховується близько двох десятків угруповань збутових та маркетингових витрат, залежно від різноманітних класифікаційних ознак. Характерно, що кожне наведене групування має один або кілька рівнів подальшої деталізації.

Ці класифікації в сукупності відображають складне переплетіння інтересів осіб, котрі беруть участь в господарській діяльності і прийнятті управлінських рішень. Різні групи користувачів потребують різної інформації. У цьому зв'язку загальну сукупність усієї обліково-аналітичної інформації про збутові та маркетингові витрати з урахуванням запитів користувачів доцільно по-різному класифікувати і відображати в обліку.

Досліджуючи сутність концепцій збуту та маркетингу визначено кардинальні відмінності між ними, та зроблено висновок про необхідність їх розгляду як окремих складових просування товарів у торгівельній мережі. На цій основі запропоновано розмежувати витрати на збут і витрати на маркетинг в бухгалтерському обліку як на синтетичному так і на аналітичному рівні з виділенням окремих субрахунків та статей обліку відповідних витрат.

Основою інформаційної системи управління витратами на збут досліджуваного підприємства є документи. Від якості наданої первинної інформації в значній мірі залежить вірогідність звітності, результати оцінки й аналіз показників підприємства.

Результати дослідження свідчать, що усі операції, пов'язані зі збутом товарів та маркетинговою діяльністю досліджуваного підприємства ТОВ «Таврія В» мають документальне підтвердження та достовірне відображення в обліку та звітності.

Облік витрат на збут та маркетинг в ТОВ «Таврія В» організовано за економічними елементами та комплексними статтями із використанням рахунків 8-го класу та рахунку 93 «Витрати на збут». Витрати обліковуються за статтями, передбаченими П(С)БО 16. У цьому переліку витратам на маркетинг відведена лише одна стаття : «Витрати на рекламу та дослідження ринку (маркетинг)», але фактично маркетингова діяльність досліджуваного підприємства покриває значно ширші масштаби, оскільки реклама є лише однією зі складових маркетингової діяльності. Витрати на маркетинг недостатньо деталізовані, що не дозволяє користувачам інформації визначати ефективність реалізованих проектів.

Удосконалення існуючої системи обліку витрат на збут та маркетинг досліджуваного підприємства доцільно проводити у напрямку розмежування витрат підрозділів компанії, що безпосередньо займаються збутом, та тих, що виконують маркетингові заходи щодо стимулювання збуту та формування лояльності споживача.

Відповідний перелік витрат на збут та маркетингову діяльність слід затвердити наказом про облікову політику підприємства.

Не відокремлено рахунок для бухгалтерського обліку витрат, які відносяться безпосередньо до роботи відділу маркетингу, що унеможливорює визначення ефективності його роботи. Це ж стосується й підрозділів збуту. Наявність окремого

рахунку дозволить не тільки проаналізувати ефективність роботи відділу маркетингу, але й надасть можливість оперативно оцінювати ефективність реалізації окремих маркетингових проектів.

Ведення бухгалтерського обліку витрат на збут та маркетингову діяльність за наведеною класифікацією надасть можливість проводити детальний аналіз таких витрат з метою визначення їх ефективності, необхідності та доцільності.

В процесі вивчення стану проведення внутрішнього аудиту в досліджуваному підприємстві ТОВ «Таврія В» виявлено, що відділ внутрішнього аудиту присутній, однак, його обов'язками є проведення інвентаризації товарних залишків на торгівельних об'єктах та головному складі підприємства. Внутрішній аудит витрат на збут та маркетинг на підприємстві не проводиться взагалі, а зовнішній здійснюється один раз в рік. На нашу думку, це негативно впливає на політику продаж, оскільки неможливо оперативно дізнаватись про помилки у витратах на збут. Тому ми надали рекомендації керівнику досліджуваного підприємства, про реальну потребу запровадження функцій внутрішнього аудиту витрат та запропонували методику планування аудиторського процесу витрат на збут.

Визначено основні завдання організації внутрішнього аудиту витрат на збут на досліджуваному підприємстві та запропоновано схему проведення аудиту витрат процесу збуту товарів та маркетингової діяльності.

Визначено найважливіші положення методики аудиту витрат на збут та маркетингову діяльність, які доцільно використовувати у діяльності відділу внутрішнього аудиту ТОВ «Таврія В».

Результати аналізу показників результативності управління витратами на збут дозволили зробити висновок, що методи і прийоми управління, які використовуються ТОВ «Таврія В», не забезпечують належну ефективність господарювання.

За допомогою економіко-математичної моделі управління формуванням збутової політики підприємства визначено оптимальну структуру витрат на збут та маркетингову діяльність підприємства, при досягненні запланованого обсягу реалізації та в рамках визначеного бюджету витрат.

АНОТАЦІЯ

Попова О.М. «Облік, аудит та аналіз в системі управління витратами
(прізвище та ініціали студента) (назва кваліфікаційної роботи)
на збут торговельного підприємства (на прикладі ТОВ «Таврія В»))»
кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності
«071 Облік і оподаткування» за магістерською програмою
«Облік, аудит і оподаткування підприємницької діяльності»
Одеський національний економічний університет
м. Одеса, 2019 рік

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – система обліку, аудиту та аналізу в системі управління витратами на збут торговельного підприємства.

У роботі розглянуто теоретичні аспекти визначення та класифікації витрат на збут та маркетингову діяльність для цілей організації обліку, аудиту та аналізу.

Проаналізовано діючу практику обліку витрат на збут ТОВ «Таврія В».

Запропоновано: перелік статей та рахунків для організації обліку витрат на збут та маркетингову діяльність; методика планування аудиторського процесу витрат на збут. Виконано моделювання оптимальної структури витрат на збут та маркетингову діяльність підприємства, при досягненні запланованого обсягу реалізації та в рамках визначеного бюджету витрат.

Ключові слова: витрати, облік, аудит, аналіз, управління, збут, маркетинг.

ANNOTATION

Popova O. «Accounting, auditing and analysis in the sales management
(students surname and initials) (work title)
system of a trading company (on the example of LTD «Tavria V»
qualifying work for obtaining an educational master's degree in a specialty
«071 Accounting and taxation» for a master's degree program
«Accounting, audit and taxation of entrepreneurial activity»
Odessa national economic university
Odessa, 2019

Master's qualification work consists of three sections. The object of research - the system of accounting, auditing and analysis in the management system of selling expenses of the trading enterprise.

The theoretical aspects of determination and classification of selling and marketing expenses were considered for the aims of organization of account, audit and analysis.

The current practice of accounting and audit of selling expenses at LTD «Tavria V» was analyzed.

It is proposed: a list of articles and accounts for selling and marketing expenses; methodology for planning the audit process of sales costs. Modeling of optimal cost structure for selling and marketing activities of the enterprise was performed, when the planned sales volume was reached and within the defined cost budget.

Key words: expenses, accounting, auditing, analysis, management, selling, marketing.