

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

Кафедра бухгалтерського обліку та аудиту

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 та контроль реалізації товарів та послуг: теорія, практика та перспективи розвитку (на прикладі ТОВ «АДС-АВТО»)»
(назва теми)

Виконавець:

студент Центру заочної форми навчання
Обнявко Владислав Олександрович

/підпис/

Науковий керівник:

кандидат економічних наук, доцент
(науковий ступінь, вчене звання)
Сиротенко Наталія Анатоліївна

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність дослідження. Ефективне управління господарською діяльністю підприємства передбачає створення належного інформаційного забезпечення, що є об'єктивною основою під час формування якісної системи управління, спрямованої на досягнення стабільного фінансового стану.

Одним із ключових показників підприємства, що визначає ефективність його діяльності, є фінансовий результат від реалізації товарів та послуг, адже фінансові результати є основою для інвестиційного розвитку підприємства, розширення його діяльності та забезпечення вигідної позиції серед конкурентів відповідної галузі.

Торгівля як складова економічної системи країни забезпечує зайнятість її населення, збалансованість виробництва та споживання, задоволення попиту споживачів в різноманітних товарах, сприяє підвищенню ефективності економічних зв'язків між галузями народного господарства, обумовлює стійкість грошового обігу і бере активну участь у формуванні державного бюджету. Сьогодні основними формами торгівлі є оптова та роздрібна. Багатоаспектність взаємодії роздрібною торгівлі з усіма галузями економіки та інститутами суспільного життя, зміни обсягу циркулюючої в її каналах товарної маси, посилення впливу зовнішніх і внутрішніх дестабілізаційних факторів на результати господарювання підприємств, їх конкурентоспроможність та перспективи сталого економічного розвитку потребують реформування наявних і пошуку нових ефективних інструментів управління комерційною діяльністю підприємств роздрібною торгівлі. В цьому контексті дедалі більшої актуальності набуває проблема створення якісної системи інформаційної підтримки управління, яка дасть змогу будь-якій управлінській ланці отримувати об'єктивну і своєчасну інформацію за будь-яким напрямом продажу товарів в режимі реального часу. Вирішальну роль у розв'язанні цієї проблеми відіграє удосконалення теоретичних, організаційно-методичних та прикладних аспектів обліку реалізації товарів та послуг.

Вагомий внесок у розвиток теорії, методології та організації обліку товарних операцій в підприємствах роздрібною торгівлі внесли такі вітчизняні вчені, як З.Л. Бандура, В.І. Бачинський, О.М. Брадул, Т.А. Бутинець, Ю.А. Верига, Н.Н. Грабова, В.Г. Горелкін, Л.М. Котенко, А.М. Кузьмінський, Н.А. Рудецька, О.В. Сапоговська, а також такі представники зарубіжної наукової школи, як Х. Андерсон, С.І. Волков, Д. Колдуелл, Н.С. Макарова, Б. Нідлз, А.Ш. Моргуліс, В.Ф. Палій, В.В. Патров, В.І. Подольський, Ю.А. Ратміров, Я.В. Соколов, Й.А. Шумпетер. Окремі організаційно-методичні аспекти бухгалтерського обліку реалізації товарів в контексті сучасної маркетингової політики, бонусних програм і знижок, документування товарних операцій на етапі первинного обліку, їх відображення на рахунках обліку та в звітності обґрунтовані у працях таких

науковців, як А.В. Амалян, Н.А. Букало, Л.І. Коваль, П.О. Куцик, Ф.Ф. Макарук, Л.Я. Підвисоцька, Т.О. Тарасова, О.В. Фоміна, Н.В. Чебанова, І.Л. Шерер, Л.М. Янчева.

Відаючи належне науковим напрацюванням вчених, слід відзначити, що за сучасних умов ведення бізнесу подальшого наукового розвитку потребують принципово важливі питання, що пов'язані із забезпеченням ефективності функціонування підсистем обліку та контролю реалізації в інформаційній системі управління роздрібним товарообігом торговельного підприємства.

Мета і завдання дослідження. Метою роботи є вивчення теоретичних положень і діючої практики управління реалізацією товарів та послуг, виявлення недоліків існуючої системи обліку та контролю реалізації товарів та послуг, розробка пропозицій щодо їх усунення.

Завданнями роботи є:

- розкрити сутність понять «товар» та «послуга» на основі узагальнення сучасних концепцій до визначення цих категорій з позиції економічної теорії, бухгалтерського обліку, контролю та аналізу;
- дослідити сучасні підходи до класифікації та оцінки товарів та послуг;
- вивчити порядок реалізації товарів та послуг, а також особливості розрахунків з покупцями в національній та міжнародній системах;
- розглянути існуючі проблемні питання обліку на етапах реалізації товарів та послуг;
- ознайомитися з особливостями організаційно-економічної діяльності ТОВ «АДІС-АВТО» та їх впливом на інформаційне забезпечення обліково-контрольної системи процесу реалізації товарів та послуг;
- провести оцінку організації обліку, контролю та аналізу реалізації товарів та послуг на базовому підприємстві;
- здійснити розробку напрямків удосконалення системи обліку та контролю реалізації товарів та послуг торговельних підприємств;
- застосувати методи економіко-математичного моделювання для пошуку шляхів підвищення ефективності діяльності ТОВ «АДІС-АВТО».

Об'єктом дослідження є процес формування інформаційного забезпечення системи обліку, контролю та аналізу реалізації товарів та послуг.

Предметом дослідження є теоретичні та організаційно-методичні засади обліку та контролю реалізації товарів та послуг у ТОВ «АДІС-АВТО».

Методи дослідження. Для досягнення мети, поставленої в роботі, були використані наступні методи дослідження: порівняння та узагальнення, аналізу та синтезу, причинно-наслідкового та абстрактно-логічного зв'язку (при дослідженні концептуальних основ інформаційного забезпечення обліку та контролю), економічний аналіз, статистичні та економіко-математичні методи (для узагальнення результатів аналізу та контролю).

Інформаційною базою дослідження є законодавчі і інструктивні матеріали, роботи вітчизняних і зарубіжних вчених у галузі обліку, контролю

та аналізу реалізації товарів та послуг, дані ТОВ «АДІС-АВТО», ресурси мережі Інтернет.

Структура та обсяг роботи. кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (105 найменувань) та 19-х додатків. Загальний обсяг роботи становить 129 сторінок. Основний зміст викладено на 115 сторінках. Робота містить 20 таблиць, 22 рисунки.

Публікації. За результатами виконання кваліфікаційної роботи магістра опубліковано 1 статтю: Обнявко В.О. Проблеми обліку витрат на маркетинг// Сучасні аспекти розвитку інформаційної економіки: зовнішні та внутрішні фактори впливу: збірник тез наукових робіт учасників Міжнародної науково-практичної конференції для студентів, аспірантів та молодих учених (м. Київ, 24 листопада 2018 р.). – К.: Аналітичний центр «Нова Економіка», 2018. – С.120-123.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«Теоретичні основи обліку процесу реалізації товарів і послуг»* розкриваються теоретичні засади обліку товарів та послуг (сутність, класифікація та види оцінки товарів та послуг; загальні принципи організації обліку товарів і послуг, особливості обліку товарів і послуг згідно національних та міжнародних стандартів бухгалтерського обліку, проблемні аспекти системи обліку реалізації товарів та послуг в сучасних економічних умовах).

У другому розділі *«Організаційно-методичні засади обліку реалізації товарів та послуг у ТОВ «АДІС-АВТО» та перспективи розвитку»* оцінюється існуюча організація обліку реалізації товарів та послуг в підприємстві ТОВ «АДІС-АВТО» (наведена загальна характеристика підприємства, здійснено оцінку діючої системи обліку товарів і послуг у підприємстві, наведені перспективи розвитку системи обліку товарів і послуг у підприємстві, а саме: посилення аналітичного обліку доходів та витрат, пов'язаних з реалізацією товарів та послуг, удосконалення обліку витрат на маркетинг, впровадження управлінської звітності щодо руху товарів та послуг та їх реалізації).

У третьому розділі *«Система контролю та аналізу реалізації товарів та послуг та напрями її вдосконалення»* наводяться концептуальні основи контролю реалізації товарів і послуг, надана оцінка системи контролю товарів і послуг на підприємстві та напрями її удосконалення, а саме: впровадження штрих-кодів для контролю за збереженням та рухом товарів і їх реалізації, використання економіко-математичного моделювання прогнозних показників; проведений аналіз реалізації товарів та надання послуг на підприємстві, наводяться результати застосування методів економіко-математичного моделювання трендового аналізу для цілей підвищення ефективності діяльності підприємства.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Розкрито сутність понять «товар» та «послуга» на основі узагальнення сучасних концепцій до визначення цих категорій з позиції економічної теорії, бухгалтерського обліку, контролю та аналізу.

В економічній теорії існує основна концепція визначення товару: зовнішній предмет, річ, яка завдяки її властивостям, задовольняє які-небудь людські потреби. Товар, як зовнішній предмет, має матеріальну форму, є відчутним та видимим, що дозволяє його ідентифікувати, сертифікувати, маркувати. Товар можна зберігати як до, так і після продажу. Купівля товару призводить до виникнення права власності на нього, яке полягає у праві володіння, користування і розпорядження товаром.

Методологічні засади формування в бухгалтерському обліку торговельного підприємства інформації про товари і розкриття її у фінансовій звітності визначає Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси», згідно з яким «товари – це матеріальні цінності, що придбані (отримані) та утримуються підприємством / установою з метою подальшого продажу»

Послуга – це нематеріальна продукція, виробничий процес або дія, у яких споживання корисного блага обов'язково починається одночасно з його виробництвом.

2. Досліджено сучасні підходи до класифікації та оцінки товарів та послуг.

У ринкових умовах змінюються поняття про об'єкти процесу реалізації торгівлі. Об'єктами досліджень у торговельній діяльності стають не тільки звичайні товари народного споживання, але й усі матеріальні та нематеріальні цінності, які є об'єктами купівлі-продажу, а саме: 1) продовольчі та непродовольчі товари народного споживання; 2) обладнання, матеріали, напівфабрикати, комплектуючі, енергоносії, які раніше відносилися до категорії засобів виробництва та ресурсів і розподілялись у господарства через державні органи матеріально-технічного постачання; 3) земля, її надра; 4) цінні папери; 5) рухоме та нерухоме майно фізичних та юридичних осіб, яке утворює вторинний ринок цього майна; 6) ідеї; 7) послуги

З метою податкового обліку всі запаси вважаються товарами (пп. 14.1.244 ПКУ): товари - матеріальні та нематеріальні активи, у тому числі земельні ділянки, земельні частки (паї), а також цінні папери та деривативи, що використовуються у будь-яких операціях, крім операцій з їх випуску (емісії) та погашення.

Кожний вид послуг можна розглядати окремо як специфічну сферу діяльності з лише їй властивими особливостями, а всю сферу послуг можна представити як сукупність цих видів діяльності. Традиційно у світовій практиці до основного переліку послуг входять: транспорт, страхування, банківські та інші фінансові операції, будівництво та інжиніринг, зв'язок, інформаційно-обчислювальні послуги, операції з найму робочої сили, прокат

фільмів і телепрограм, рекламу, бухгалтерську справу, освіту, консультування з питань управління, юридичні, технічні та інші професійні послуги.

В Україні склалося дещо інше визначення галузей сфери послуг: частину з перелічених послуг завжди включали до матеріального виробництва, іншу більшу частину послуг зараховували до нематеріального виробництва, а деякі види послуг донедавна практично були відсутні на українському ринку або офіційно не визнавалися (операції з нерухомістю, валютою, репетиторство та ін.).

3. Розглянуто порядок реалізації товарів та послуг, а також особливості розрахунків з покупцями в національній та міжнародній системах.

Однією з важливих передумов ефективного функціонування економіки країни є розвиток торгівлі, яка повинна спиратися як на державний, так і на ринковий механізм впливу на споживчий ринок.

Під торговельною діяльністю розуміють ініціативну самостійну діяльність юридичних осіб і громадян по здійсненню купівлі-продажу споживчих товарів з метою одержання прибутку.

Торговельна діяльність здійснюється суб'єктами підприємницької діяльності всіх форм власності за наявності державного дозволу (ліцензії, патенту) на право здійснення такої діяльності. Залежно від форм організації і призначення вона поділяється на оптову і роздрібну.

Залежно від форми організації і виконуючих функцій торгові підприємства поділяються на оптові та роздрібні. Оптові підприємства, виконуючи функції зв'язуючого ланцюга між підприємством та роздрібною торгівлею, забезпечують найбільш раціональний прохід товарів від підприємств-виробника до торгових та інших підприємств-споживачів для промислової переробки. Задача оптових підприємств складається в тім, щоб забезпечити: відвантаження товарів покупцям оптимальними партіями, що сприяє кращому використанню транспортних засобів, зниженню витрат з транспортування і витрат обігу; своєчасне забезпечення товарами, необхідними для населення або виробництва; пакування та сортирування товарів, їх комплектність та асортимент. Роздрібні торгові підприємства реалізують товари безпосередньо населенню, а також виконують операції продажу товарів малим оптом деяким закладам (дитячим дошкільним закладам, школам, лікарням та іншим).

Наряду із спеціалізованими торговими підприємствами реалізацію товарів можуть виконувати промислові, сільськогосподарські та інші підприємства через фірмові магазини, що дозволяє краще вивчити споживацький попит на свою продукцію і оперативно реагувати на зміни ринку споживачів.

Одною з особливостей бухгалтерського обліку в торгівлі є те, що облік роздрібною товарообігу ведеться, як правило, в грошовому вимірюванні за продажними (роздрібними) цінам, що зумовлено широкою номенклатурою товарів (за винятком ювелірних та деяких інших товарів), а також тим, що виручка від реалізації відображається тільки в грошових показниках.

Оптова торгівля – сфера підприємницької діяльності з придбання товарів для їх подальшої реалізації підприємствам роздрібною торгівлі, іншим суб'єктам підприємницької діяльності. Вона включає як безпосередні комерційні зв'язки в умовах договору купівлі-продажу й поставки між підприємствами-виробниками і споживачами, так і зв'язки між ними через торгових посередників.

В широкому розумінні оптовими вважаються операції, коли суб'єкт підприємницької діяльності (покупець) з метою отримання прибутку купує у великій кількості товари не для власного споживання, а для подальшого перепродажу їх меншими порціями від свого імені іншим споживачам, виконуючи в цей період функції зберігання і транспортування товарів.

Роздрібна торгівля – сфера підприємницької діяльності з продажу товарів (послуг) безпосередньо кінцевим споживачам для їх власного некомерційного споживання. Роздрібний товарооборот включає як продаж товарів населенню в роздріб, так і відпуск за безготівковими розрахунками дрібним оптом продовольчих товарів закладам освіти, охорони здоров'я, соціального забезпечення тощо (школам, інтернатам, будинкам відпочинку, лікарням тощо).

В процесі діяльності на складах оптових підприємств зосереджуються значні запаси товарів, необхідні для формування торговельного асортименту і забезпечення роздрібною торговою мережею та інших споживачів необхідними товарами. Важливим завданням бухгалтерського обліку є правильна організація обліку товарних ресурсів за місцями їх зберігання і в бухгалтерії. В оптових підприємствах облік товарів може здійснюватися по партійним або оперативно-бухгалтерським методом.

При по партійному методі кожен партію товарів, що надходить за одним документом, зберігають і обліковують окремо. На кожен партію товарів виписують товарний ярлик, який розміщують при товарах, а на кожне тарне місце стійкою фарбою наносять номер партії. Цей номер в подальшому вказують на всіх видаткових документах, якими оформляють відпуск товарів. Одночасно в товарному ярлику записують номер видаткового документа і кількість відпущеного товару.

Оперативно-бухгалтерський (сальдовий) метод обліку застосовується при великій номенклатурі товарних запасів на складах і базах оптових підприємств. При цьому методі кількісно-сортівний облік товарів на складах ведуть в картках складського обліку, які відкриваються на кожний номенклатурний номер товарів.

4. Розглянуто існуючі проблемні питання обліку на етапах реалізації товарів та послуг.

В сучасних умовах розвитку економіки, система бухгалтерського обліку інформацію щодо руху товарів та послуг і їх реалізації надає не завжди точно та оперативно, така інформація не є комплексною та систематизованою, аналітичні роботи часто проводяться без формулювання відповідних висновків та рекомендацій керівництву.

Також існуюча облікова система не надає інформації про таку важливу частину витрат, як маркетингові витрати підприємства, що значно ускладнює проведення ефективної маркетингової політики на основі використання обліково-аналітичного забезпечення. Дана проблема стосується не лише маркетингової діяльності, а в цілому пов'язана із певною «матеріальною орієнтацією» облікової системи, яка не враховує ключові нематеріальні фактори, від яких на сьогодні залежить ефективність функціонування бізнесу.

5. Розглянуто особливості організаційно-економічної діяльності ТОВ «АДІС-АВТО» та їх вплив на інформаційне забезпечення обліково-контрольної системи процесу реалізації товарів та послуг.

ТОВ «АДІС-АВТО» – це підприємство, яке здійснює продаж автомобілів, їх гарантійний ремонт, технічне обслуговування (шумоізолювання, встановлення автосигналізації, діагностика та ремонт тощо).

Для підприємств, які займаються придбанням і реалізацією транспортних засобів, автомобілі виступають в ролі товару. А правові відносини купівлі-продажу товару регламентуються Цивільним кодексом України. Найчастіше угоди, в яких одна сторона продає автомобіль, а інша його набуває, оформляються договорами поставки та комісії (ст. 712 і ст. 1011 ЦК).

У бухгалтерському обліку придбані автомобілі зараховуються на баланс за первісною вартістю, яка формується відповідно до п. 9 П(С)БО 9 «Запаси», і оприбутковуються на відповідні субрахунку рахунку 28.

Товари в роздрібну торгову мережу надходять на підставі договорів купівлі-продажу (угод, замовлень), що укладаються з постачальниками (оптовими торговими підприємствами чи безпосередньо з підприємствами-виробниками товарів).

Облік товарів у підприємствах роздрібною торгівлі ведуть за місцями зберігання і матеріально відповідальними особами в грошовому вимірнику за продажними (роздрібними) цінами. Також здійснюється кількісно-вартісний облік товарів.

6. Проведено оцінку організації обліку, контролю та аналізу реалізації товарів та послуг на базовому підприємстві.

У процесі вивчення діючої практики бухгалтерського обліку на ТОВ «АДІС-АВТО» було встановлено, що в цілому облік на підприємстві ведеться відповідно до вимог чинного законодавства, але, як показали наші дослідження, є певні недоліки та помилки, які потребують виправлення. Так, вважаємо, що до основних недоліків діючої системи обліку та контролю, виявлених за результатами дипломного дослідження, відносяться наступні.

На підприємстві відсутній Наказ про облікову політику, що порушує діюче законодавство України, зокрема Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», згідно ст. 5 якого підприємство повинно самостійно визначати за погодженням з власником відповідно до установчих документів облікову політику.

Перевірка правильності внесення витрат на утримання збутового апарату ТОВ «АДІС-АВТО» показала, що була в бухгалтерії підприємства

включена зайві витрати до складу таких витрат – «Витрати на врегулювання спорів у судових органах».

На підприємстві не створюється резерв сумнівних боргів, тобто не забезпечується достовірне відображення дебіторської заборгованості у фінансових звітах. Як відомо, формування резерву сумнівних боргів обумовлено принципом обачності, відповідно до якого методи оцінки, що використовують у бухгалтерському обліку, повинні запобігати заниженню оцінки зобов'язань та витрат і завищенню оцінки активів і доходів підприємства. Таким чином, резерв сумнівних боргів виступає в ролі інструмента коригування оцінки дебіторської заборгованості, що на досліджуваному підприємстві не забезпечується і відтак негативно впливає на достовірність фінансової звітності.

7. Здійснено розробку напрямків удосконалення системи обліку та контролю реалізації товарів та послуг торговельних підприємств.

З метою усунення виявлених недоліків, вдосконалення системи обліку та контролю операційних витрат ТОВ «АДІС-АВТО» необхідно впровадити такі заходи:

– сформувані та затверджені Наказ про облікову політику, в якому, окрім іншого, передбачити основні методичні, організаційні та контрольні положення щодо обліку витрат. У наказі необхідно: по-перше, врахувати організаційно-правову форму підприємства, галузеві особливості економічної діяльності, обсяги діяльності підприємства; по-друге, передбачити принципи, методи і процедури, які використовуються підприємством для ведення бухгалтерського обліку витрат, у т.ч. операційних, що затверджені Методичними рекомендаціями щодо облікової політики підприємства № 635 від 27.06.2013 року, зокрема зазначити:

- порядок обліку і розподілу транспортно-заготівельних витрат, ведення окремого субрахунку обліку транспортно-заготівельних витрат;

- класифікацію витрат в бухгалтерському обліку підприємства, склад витрат операційної діяльності, а також групування витрат операційної діяльності за економічними елементами;

- застосування класу 8 та/або 9 Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затвердженого наказом МФУ від 7 березня 2013 року №73;

- з метою поглиблення аналітичного обліку з огляду на те, що підприємство, згідно з діючим законодавством, має право самостійно приймати рішення щодо ведення аналітичного обліку та відкриття рахунків третього і нижчих порядків, вважаємо за доцільне ввести рахунки третього порядку до рахунку 702 «Дохід від реалізації товарів»: 7021 «Дохід від реалізації товарів», 7022 Дохід від реалізації товарів зі знижками», 7023 «Дохід від реалізації товарів за іншими заходами впливу на обсяги продажу товарів», а також до рахунку 704 «Вирахування з доходу»: 7041 «Вирахування з доходу за товари, повернені покупцями»; 7042 «Сума знижок, наданих покупцям», 7043 «Інші вирахування з доходу». Це не лише забезпечить деталізацію облікової інформації щодо результатів продажу товарів, але й дасть змогу

організувати дієву систему управлінського обліку та внутрішньої звітності на підприємстві, суттєво підвищити якісний рівень внутрішнього контролю й аналізу товароруху;

- з метою поглиблення аналітичних можливостей обліку витрат на збут і відокремлення саме маркетингових витрат, рекомендуємо у його складі рахунку 93 виділити два субрахунки: 931 «Витрати на збут» і 932 «Маркетингові витрати». Система синтетичного обліку маркетингових витрат передбачає виділення наступних субрахунків другого рівня: 9321 – витрати на торгову марку; 9322 – витрати на бренд; 9323 – витрати на рекламу; 9324 – витрати на паблік рілейшнз; 9325 – інші маркетингові витрати. Проведення таких змін також зумовлює необхідність удосконалення фінансової звітності підприємства, зокрема, Звіту про фінансові результати та Приміток до річної фінансової звітності.

- метод обчислення резерву сумнівних боргів (у разі потреби – спосіб визначення коефіцієнта сумнівності);

- періодичність закриття на фінансовий результат витратних рахунків;

8. Застосовано методи економіко-математичного моделювання для пошуку шляхів підвищення ефективності діяльності ТОВ «АДІС-АВТО».

За допомогою трендового аналізу було розраховано прогнозні значення на 2018-2019 рр. таких показників, як чистий дохід підприємства від реалізації, собівартість реалізованих товарів та послуг, чистий прибуток від реалізації, маркетингові витрати, частки маркетингових витрат у витратах на збут.

Зазначені заходи дозволять покращити фінансово-господарську діяльність ТОВ «АДІС-АВТО».

АНОТАЦІЯ

Обнявко В.О., «Облік та контроль реалізації товарів та послуг: теорія, практика та перспективи розвитку (на прикладі ТОВ «АДІС-АВТО»)»,

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. - Одеса, 2018.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти сутності, класифікації та оцінки товарів і послуг, обліку та контролю реалізації товарів та послуг, організаційно-методичні особливості обліку товарів і послуг згідно національних та міжнародних стандартів бухгалтерського обліку.

Проаналізовано основні показники діяльності ТОВ «АДІС-АВТО» за 2012-2017 роки, розглянуто питання обліку та контролю реалізації товарів та послуг на підприємстві, виявлені недоліки в системі обліку та контролю.

Запропоновано рекомендації щодо удосконалення аналітичного обліку доходів та витрат, що пов'язані з реалізацією товарів та послуг, управлінської звітності, внутрішнього контролю, прогнозування показників діяльності підприємства за допомогою трендового аналізу.

Ключові слова: товари, послуги, облік, контроль, облік реалізації, економіко-математичні моделі

ANNOTATION

Obniavko V. O., «Accounting and control of the sale of goods and services: theory, practice and development prospects (on the basis of ADIS-AUTO Ltd.)»,

Qualifying work for obtaining an educational master's degree in a specialty 071 «Accounting and taxation» for the master's program «Accounting and taxation of business activities». - Odessa National Economic University. - Odessa, 2018

The theoretical aspects of the essence, classification and evaluation of goods and services, accounting and control of the sale of goods and services, tasks and principles of the sale of goods and services, features of accounting for goods and services in accordance with national and international accounting standards are considered in qualification work.

The key performance indicators of the ADIS-AUTO Ltd. in 2012-2017 are analyzed, the organization of accounting and control of sale of goods and services at the enterprise are examined, deficiencies in the accounting and control system are identified.

Recommendations for the improvement of analytical accounting of expenses for sales, management reporting and inner control at ADIS-AUTO Ltd., the use of trend analysis for forecasting the performance of the ADIS-AUTO Ltd. are proposed.

Keywords: goods, services, the accounting, the control, accounting of sales, economic and mathematical models