МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра Бухгалтерського обліку та аудиту
(повна назва кафедри)

Допущено до захисту
Завідувач кафедри_____
(підпис)
Лоханова Н.О.
(прізвище та ініціали)
«____»_____2019 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
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 торгівельного підприємства (на прикладі ТОВ «Таврія В»)»

Виконавець:
студентка 6 курсу групи М1 ЦЗФН
Попова Олена Михайлівна
(прізвище та ініціали) (підпис)
Науковий керівник:
кандидат економічних наук, доцент
(науковий ступінь, вчене звання)
Шерер Ігор Леонідович
(прізвище та ініціали) (підпис)

ОДЕСА – 2019

ЗМІСТ

Стор.

ВСТУП……..….. 3

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОБЛІКУ ВИТРАТ НА ЗБУТ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ……..….. 7

1.1. Сутність збуту товарів у торгівельній галузі ….……...…… 7

1.2. Визначення та класифікація витрат на збут ……. 10

1.3. Проблеми визначення та обліку витрат на маркетинг ……. 19

Висновки до розділу 1 ……. 24

РОЗДІЛ 2. ПРАКТИКА ОБЛІКУ ВИТРАТ НА ЗБУТ ТА МАРКЕТИНГ В ТОВ «ТАВРІЯ В» ……..…….. 26

2.1. Загальне ознайомлення з підприємством та організацією обліку ….. 26

2.2. Документальне забезпечення обліку витрат ……..…… 30

2.3. Стан бухгалтерського та податкового обліку витрат на збут і маркетинг та можливості удосконалення …….…… 41

Висновки до розділу 2 …… 52

РОЗДІЛ 3. АУДИТ ТА АНАЛІЗ ВИТРАТ НА ЗБУТ ТОВ «ТАВРІЯ В» 54

3.1. Діюча система аудиту та можливості удосконалення …… 54

3.2. Аналіз витрат підприємства ……..…… 61

3.3. Економіко-математичне моделювання в системі управління формуванням збутової політики підприємства ……... 73

Висновки до розділу 3 ……. 79

ВИСНОВКИ …… 80

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ……... 83

ДОДАТКИ ……... 91

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасних умовах господарювання важливим елементом управління господарською діяльністю залишається бухгалтерський облік. Облікова інформація повинна забезпечувати досягнення поставлених цілей і завдань, які використовуються на різних рівнях управління підприємством.

В.Б. Моссаковський зауважує: «Ускладнення системи управління вимагає істотного поліпшення інформаційного забезпечення як основи прийняття рішень. Це потребує перегляду функцій органів різного рівня, забезпечення їх інформацією тощо, тобто поряд зі змінами системи управління виникла потреба приведення у відповідність до її вимог облікової підсистеми» [41].

Саме тому однією з найважливіших функцій системи бухгалтерського обліку є інформаційна як засіб забезпечення користувачів необхідною обліковою інформацією.

Одним із найважливіших економічних показників, що характеризує ефективність діяльності підприємства, є позитивний фінансовий результат. Доходи торговельного підприємства можна збільшити за рахунок підвищення цін на товари, але, у свою чергу, це може спричинити зниження попиту населення, оскільки ціни диктує ринок. На ефективність діяльності, конкурентоспроможність товарів, рівень задоволення попиту споживачів все більше впливає становище щодо цін та якості товарів, напрямів їх транспортування, наповненість збутової системи, комунікативні здібності партнерів тощо. Помітне значення в торговельній діяльності відводиться обліку та аудиту витрат на збут. Проте торговельні підприємства не завжди приділяють належну увагу цій сфері обліку та аудиту, що негативно може позначатися на ефективності діяльності підприємства та забезпеченні його конкурентоспроможності. 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 А.М Волошин, В.О. Озеран, які зазначають, що «витрати, пов'язані з господарською діяльністю підприємств та організацій, що не включаються до вартості реалізованих товарів, продуктів, робіт, послуг, прийнято називати операційними» [15, с.122]. І.П. Кушнірик, М.Т. Щирба, Л.А. Будник вважають, що «витрати торгівлі являють собою собівартість реалізованих товарів плюс витрати обігу» [36, с.51]. Аналіз методик аудиту відображено у наукових працях таких вітчизняних дослідників, як М.Т. Білуха, Н.І. Дорош, Г.М. Давидова, В.Г. Жила, О.Ю. Редько, Л.В. Гуцаленко, Н.Г. Здирко, Н.І. Петренко [47], М.Д. Білик [11] та ін., а також у дослідженнях зарубіжних учених: В.Д. Андрєєва, О.М. Богомолова, Н.А. Аренс, Р. Доджа, М.П. Баришникова, О.Д. Щаділова, В.В. Воронова та ін.

Слід зазначити, що 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 торгівельних 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 торгівельної 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 торгівельного 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 вітчизнах 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, регістри обліку та звітності ТОВ «Таврія В», за 2015 – 2017 рр., яке спеціалізується в галузі роздрібної 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 обліково-аналітичного забезпечення управління збутовою та маркетинговою діяльністю торговельного 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 угрупувань 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 унеможливлює 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 класифікацію 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.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Kene F. Selected works of economic. London: Hardback, 2001. 248 p.
2. Marx K. Grundrisse. New York: Brill Publishers, 2006. 642 p.
3. Say J.B. Treatise on political economy. Philadelphia: Lippincott, Grambo & Co., 2004. 846 p.
4. Smith, Adam The Wealth of Nations edited by R.H. Campbell and A.S. Skinner, The Glasgow edition of the Works and Correspondence of Adam Smith, vol. 2b, 1976. 678 p.
5. Turgot A.R.G. Quand Turgot régnait en Limusin: un tremplin vers le pouvoir. Gallimard, 1979. 645 p.
6. Адамович Н. Безкоштовні роздачі в ході рекламної акції// Податки та бухгалтерський облік, 2017. № 100 // URL: https://i.factor.ua/ukr/journals /nibu/2017/december/issue-100/article-32721.html (дата звернення: 15.10.2019).
7. Альошкіна Н. Витрати на маркетинг// Податки та бухгалтерський облік, 2017. № 100 // URL: https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2017/december/issue-100/article-32715.html (дата звернення: 27.09.2019).
8. Андрєєва Л.О. Моделювання роботи економічного механізму маркетингу // URL: hppt//:www downloads/znptdau_2013_1_2_4%20(1).pdf (дата звернення: 08.10.2019).
9. Балабанова Л. В. Маркетинговый аудит системы сбыта [Текст] / Л. В. Балабанова. Д. : ДонГУЭТ им. М.Туган-Барановского. 2003. 189 с.
10. Безверхий К. До вдосконалення обліку непрямих витрат на збут, рекламу і маркетинг//Бухгалтерський облік та аудит. 2010. №12. С. 14 – 19.
11. Білик М.Д. Організація і методика аудиту сільськогосподарських підприємств: [підручник] / М.Д. Білик. К.: КНЕУ, 2003. 628 с.
12. Бланк И.А. Торговий менеджмент. 2-ге вид., [перероб. та доп.]. К.: Вид-во «Ника-Центр». 2004. 546 с.
13. Бурмистров Г. Затраты: от контроля к управлению URL: hppt//:www.management.com.ua/finance (дата звернення: 02.09.2019).

14. Бутинець Ф.Ф. Бухгалтерський облік в торгівлі: [навч. посіб.] / Ф.Ф. Бутинець, Н.М. Малюга. Житомир: ПП Рута, 2002. 576 с.
15. Бухгалтерський облік на підприємствах роздрібної торгівлі та громадського харчування споживчої кооперації. Навчальний посібник /За ред. В.О. Озерана. К.: НМЦ «Укоопосвіта», 2003. 188с.
16. Бухгалтерський фінансовий облік: Підручник / За ред. проф. Ф. Ф. Бутинця. Житомир: ЖІТІ, 2005. 672 с.
17. Власов В.М. Финансовый учет: [науч. пособ.] / В.М.Власов. М.: ЮНИТИ, 2005. 285 с.
18. Вороная Н., Савченко О., Чернишова Н. Податковий і бухгалтерський облік витрат на відрядження// Податки та бухгалтерський облік, 2018. № 42 // URL: https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2018/may/issue-42/article-36669.html (дата звернення: 22.09.2019).
19. Голенко О. Рекламна інформація про виробника, розміщена в місці торгівлі// Податки та бухгалтерський облік, 2017. № 100 // URL: https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2017/december/issue-100/article-32726.html (дата звернення: 15.10.2019).
20. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15 (дата звернення: 28.09.2019).
21. Гофербер Ю.В. Визнання і оцінка маркетингових витрат. – Вісник Київського національного торговельно-економічного університету // URL: https://ecnof_2012_9(1)__39.pdf (дата звернення: 12.09.2019).
22. Гринів Б.В. Економічний аналіз торговельної діяльності. Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури. 2011. 392 с.
23. Гужел Ю. Витрати на збут / Ю. Гужел // URL: https://uteka.ua/ua/publication/Rasxody-na-sbyt/print (дата звернення: 12.09.2019).
24. Даньків Й.Я. Бухгалтерський облік: [підруч.] / Й.Я.Даньків, М.Я.Остап'юк. К: Знання, 2007. 469 с.
25. Дерій В.А. Витрати на збут у системі обліку й аналізу невиробничих витрат / В.А. Дерій // Облік і фінанси. 2013. № 4. С. 20 – 23.

26. Друри К. Введение в управленческий и производственный учт. Пер. с англ. под ред. С. А. Табалиной. М.: Аудит; ЮНИТИ, 2004. 560 с.
27. Еванс Дж. Маркетинг / Дж. Еванс, Б. Берман; [пер. с англ.]. М.: Экономика, 2002. 350 с.
28. Завьялов С. Формула успеха: маркетинг / П.С.Завьялов, В.Е.Демидов [2-е изд., перераб. и доп.]. М.: Междунар. отношения, 2003. 320 с.
29. Загородній А.Г. Бухгалтерський облік: основи теорії і практики: [підруч.] / А.Г.Загородній, Г.О.Партин, Л.М.Пилипенко [4-те вид., перероб. і доп.]. К.: Знання, 2007. 550 с.
30. Заруба В. Економіко - математичне моделювання маркетингових стратегій підприємств // URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/4042/1/vestnik_KNTEU_2005_1_Zaruba_Ekonomiko-matematychne.pdf (дата звернення: 12.10.2019).
31. Інструкція зі статистики заробітної плати. Затв. Наказом Держкомстату України від 13.01.2004 № 5 // URL: https://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0114-04 (дата звернення: 18.09.2019).
32. Котлер Ф. Основы маркетинга. Новосибирск: Наука, 1992. 736 с.
33. Кузьмичов А.І. Оптимізаційні методи і моделі: практикум в Excel: Навч. пос. – К.: ВПЦ АМУ, 2013. – 438 с. // URL: file:///C:/Users/i.sherer/Downloads/REP0000349.PDF (дата звернення: 15.10.2019).
34. Кулаковська Л.П. Організація і методика аудиту: [підруч.] / Л.П. Кулаковська, Ю.В. Піча. К.: Каравела. 2009. 544 с.
35. Кулик Р. Р., Кулик Ю. Р. ФВА і процес оптимізації організаційної структури підприємства. Вісник Технологічного університету «Поділля». Хмельницький, 2003.
36. Кушнірик І.П. Облік комерційної діяльності / І.П. Кушнірик, М.Т. Щирба, Л.А. Будник. Тернопіль: СМП «Астон», 2004. 136с.
37. Лебедєва Ю.Е., Тульчинська С. О. Економіко-математичне моделювання в системі управління формуванням збутової політики вітчизняного підприємства // URL: http://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/22593/1/2017-11_4-

05.pdf (дата звернення: 02.10.2019).

38. Макконелл К. Р., Кемпбелл Р., Брю С. Л. Экономикс: Принципы, проблемы и политика. В 2-хтомах/Пер. с англ. М.: Республика, 2002. 399 с.
39. Меленчук Ю.Т. Застосування економіко-математичних моделей в маркетинговому плануванні підприємств // URL: http://molodyvcheny.in.ua/ files/journal/2015/4/37.pdf (дата звернення: 05.10.2019).
40. Мілаш І. В., Красноусов А. В. Стратегічне управління витратами підприємств роздрібної торгівлі: монографія / І. В. Мілаш, А. В. Красноусов. Х.: ХДУХТ. 2015. 286 с.
41. Моссаковський В. Б. Стан та перспективи розвитку бухгалтерського обліку в Україні : монографія / В. Б. Моссаковський. Київ: Інтерпрес ЛТД. 2009. 326 с.
42. Нестеренко М. Промоакція, або Маркетинговий «бабах» та його облік// Податки та бухгалтерський облік, 2017. № 100 // URL: https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/ 2017/december/issue-100/article-32723.html (дата звернення: 15.10.2019).
43. Окландер М.А., Семенова К.Д. Проблеми обліку маркетингових витрат та звітності з них // Статистика України. 2001. № 2/13. С.30 – 33.
44. Ольховик О. Витрати на мерчандайзинг// Податки та бухгалтерський облік, 2017. № 100 // URL: https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2017/december/issue-100/article-32717.html (дата звернення: 27.09.2019).
45. Ольховик О. Інтернет-просування товару// Податки та бухгалтерський облік, 2017. № 100 // URL: https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2017/ december/issue-100/article-32719.html (дата звернення: 15.10.2019).
46. Палий В. Ф. Основы калькулирования. М.: Финансьы и статистика, 1987. 283 с.
47. Петренко Н.І. Проблеми визначення аудиту в економічній літературі // Держава та регіони. 2002. № 4. С. 153 – 158.
48. Петренко Н.І. Проблеми визначення аудиту в економічній літературі // Держава та регіони. 2002. № 4. С. 153 – 158.

49. Податковий кодекс України: Кодекс від 02.12.2010 № 2755-VI. URL://sfs.gov.ua/nk/ (дата звернення: 12.09.2019).
50. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 31.12.1999 р. № 318. URLhttp://zakon1.rada.gov.ua/laws/ show/z0027-00 (дата звернення: 10.09.2019).
51. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби». Затв. Наказом Міністерства Фінансів України 27.04.2000 № 92. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00 (дата звернення: 08.10.2019).
52. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи». Затв. Наказом Мінфіну від 18.10.1999 № 242 // URL: https://zakon.help/article/ polozhennya-standart-buhgalterskogo-obliku-8 (дата звернення: 25.10.2019).
53. Природні втрати: з нормами та без//Податки та бухгалтерський облік, 2018. № 45 // URL: https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2018/june/issue-45/article-36966.html (дата звернення: 22.09.2019).
54. Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні. Закон України від 16.07.99 р. № 996-XIV // URL: zakon2.rada.gov.ua/laws/ show/996-14. (дата звернення: 15.09.2019).
55. Про затвердження переліку видів виплат, що здійснюються за рахунок коштів роботодавців, на які не нараховується єдиний внесок на загальнообов'язкове державне соціальне страхування. Затв. Постановою Кабінету Міністрів України від 22.12.2010 № 1170 // URL: https://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0114-04 (дата звернення: 18.09.2019).
56. Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування. Закон України від 08.07.2010 № 2464 // URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2464-17 (дата звернення: 18.09.2019).
57. Про страхування. Закон від 07.03.1996 № 85/96 // URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/ed_2001_01_18/an/44/Z960085.html (дата звернення: 25.09.2019).
58. Протопопенко, Г. О. Витрати на маркетинг і збут: проблеми розмежування

та обліку / Г. О. Протопопенко // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки: зб. наук. пр. - Кіровоград: КНТУ, 2005. Вип. 7, ч. 1. С. 409 – 413. // URL: http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/handle/ 123456789/3329 (дата звернення: 15.09.2019).

59. Пушкар М.С. Креативний облік (створення інформації для менеджерів): монографія / М.С.Пушкар. Тернопіль, 2006. 334 с.
60. Розрахунки з бюджетом // Податки та бухгалтерський облік, 2019. № 61 // URL: https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2019/august/issue-61/article-45763.html (дата звернення: 22.10.2019).
61. Сайт Таврії В // URL: http://www.tavriav.org/about/ (дата звернення: 20.09.2019).
62. Свіриденко А. Авансовий звіт: стисло про головне// Податки та бухгалтерський облік, 2019. № 62 // URL: https://i.factor.ua/ukr/journals/ nibu/2019/august/issue-62/article-45802.html (дата звернення: 12.10.2019).
63. Слатецкая Н.Ю. Планирование аудиторской проверки / Н.Ю. Слатецкая // Аудиторские ведомости. 2004. № 10. С. 54 – 61.
64. Соколов Я. В. Бухгалтерский учет: история и современность: ТІ. Принципы и концепции бухгалтерского учета. Уфа: Изд. центр Башкирского тер. ин-та профессион. бухгалтеров, 2000. 214 с.
65. Сопко В., Патрик Е. Учет затрат и калькулирование себестоимости продукции в промышленности. К.: Техника, 1998. 122 с.
66. Стець О.В. Економіко-математичне моделювання рекламної кампанії // URL: file:///C:/Users/i.sherer/Downloads/efek_2013_2_29.pdf (дата звернення: 12.10.2019).
67. Стоун Д., Хитчинг К. Бухгалтерский учет и финансовый анализ /Пер. с англ. Ю. А. Огибиньш. М: Сирин, 1998. 302 с.
68. Стрикленд А Дж Стратегический менеджмент: Учебник для вузов/Пер. с англ. под ред. Л.Г. Зайцева. М.: Банки и биржи: ЮНИТИ, 1998. 576с.
69. Тульчинська С.О. Фактори впливу на збутову політику підприємства // С.О.

Тульчинська, Ю.Е. Лебедєва // Електронне наукове фахове видання Ефективна економіка. № 9. 2016 // URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5140 (дата звернення: 28.09.2019).

70. Фандель Г. Теория производства и издержек/Пер. с нем. под. Ред. М.Г.Грещаа. К: Таксон, 2005. 528 с.
71. Фарион И.Д. Анализ эффективности использования производственнного потенциала в условиях перехода к рыночной экономике. Харьков: Основа, 2002. 208 с.
72. Хонгрен ЧТ. Бухгалтерский учет /Пер. с англ. Я.В. Соколова. М.: Финансы и статистика, 2008. 416 с.
73. Хрупович С. Є. Економічне оцінювання та моделювання системи управління збутовою діяльністю підприємств [Текст] / С. Є. Хрупович. К.: Вид-во ТНТУ. 2011. 160 с.
74. Хрупович С. Є. Економічне оцінювання та моделювання системи управління збутовою діяльністю підприємств [Текст] / С. Є. Хрупович. К.: Вид-во ТНТУ, 2011. 160 с.
75. Цал-ЦалкоЮ.С. Витрати підприємства: Навч Посібник. К.: ЦУЛ, 2005, 656с.
76. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV // URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00 (дата звернення: 08.10.2019).
77. Шевчук О.А. Облік і аудит витрат на збут продукції в підприємствах цукрової промисловості [Текст]: дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.09 – бухгалтерський облік, аналіз та аудит (за видами економічної діяльності) / Олег Антонович Шевчук. Тернопіль: ТНЕУ, 2012. 197 с.
78. Шевчук ОА Методи обліку витрат і калькулювання собівартості продукції / ОА Шевчук // Управління розвитком соціально-економічних систем: глобалізація, підприємництво, стале економічне зростання. Праці Дев'ятої Міжнародної науково - практичної конференції, частина 1. Донецьк. 2008. С. 263 – 267.
79. Щодо визначення терміна мерчандайзинг. Лист Державного комітету

України з питань регуляторної політики та підприємництва від 08.12.2009 р. № 15041 // URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/DP2646.html (дата звернення: 25.10.2019).

80. Щодо визначення терміну «мерчандайзинг» у господарській діяльності підприємств, правомірності укладення угод, що передбачають витрати на мерчандайзинг. Листі ДПАУ від 28.01.2010 р. № 806/6/23-4016/40 // URL: https://taxlink.ua/ua/tax_explained/806-6-23-4016-40-vid-28-01-2010/#hcq=f7KbPCr (дата звернення: 25.10.2019).

ДОДАТКИ