

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КРИВОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра обліку, оподаткування, публічного управління та адміністрування

**ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА**

до кваліфікаційної (магістерської) роботи  
за спеціальністю 071 – «Облік і оподаткування»

на тему: Удосконалення обліку товарів та особливості їх  
оподаткування

Виконав: студентка групи ЗОП-23м Проців Т.В.

Т.В. Проців

Керівник к.е.н., доцент Шепелюк В.А

В.А. Шепелюк

Нормоконтрол к.е.н., доцент Адамовська В.С.

В.С. Адамовська

Завідувач кафедри, к.е.н., доцент Адамовська В.С.


В.С. Адамовська

Кривий Ріг – 2024 р

Криворізький національний університет  
Факультет економіки та управління бізнесом  
Кафедра обліку, оподаткування, публічного управління та адміністрування  
Другий (магістерський) рівень  
Галузь знань 07 «Управління та адміністрування»  
Спеціальність 071 «Облік і оподаткування»

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри ООПУА  
канд. екон. наук, доцент Адамовська В.С.

  
« 28 » 06 20 24 р.

**ЗАВДАННЯ**

на кваліфікаційну (магістерську) роботу здобувача вищої освіти

ПРОЦІВ Тетяні Віталіївні

1. Тема роботи: Удосконалення обліку товарів та особливості їх оподаткування керівник роботи Шепелюк В.А., к.е.н., доцент  
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)  
затверджено наказом по КНУ від «28» червня 2024 року № 516с
2. Строк подання студентом роботи: 10 грудня 2024 р.
3. Вихідні дані до роботи: фінансова звітність, накази, а також нормативно-правова база, що регламентує порядок обліку та оподаткування, підручники, навчальні посібники, монографії, наукові статті тощо.
4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити:
  1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ ТОВАРІВ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ОПОДАТКУВАННЯ
  2. МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ОБЛІКУ ТОВАРІВ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ОПОДАТКУВАННЯ ТОВ ТЕХМАРК
5. Перелік графічного матеріалу 10 таблиць, 16 рисунків.

## 6. Консультанти розділів роботи

| Розділ   | Прізвище, ініціали та посада консультанта | Підпис, дата      |                   |
|----------|---|-------------------|-------------------|
|          |   | завдання видав    | завдання прийняв  |
| Розділ 1 | к.е.н., доц. Адамовська В.С.              | <i>В.С.</i> 16.08 | <i>В.С.</i> 24.10 |
| Розділ 2 | к.е.н., доц. Адамовська В.С.              | <i>В.С.</i> 25.10 | <i>В.С.</i> 28.11 |

## 7. Календарний план:

| № з/п | Етапи роботи  | Термін виконання          | Позначка про виконання |
|-------|---|---------------------------|------------------------|
| 1     | Співбесіда зі здобувачем вищої освіти за тематикою роботи, видача переліку рекомендованої нормативної, інструктивної бази та учбової літератури | 28.06.2024                | виконано               |
| 2     | Збір матеріалів до кваліфікаційної (магістерської) роботи   | 28.06.2024-<br>20.07.2024 | виконано               |
| 3     | Групування та аналіз зібраного матеріалу, уточнення завдань кваліфікаційної (магістерської) роботи  | 21.06.2024-<br>15.08.2024 | виконано               |
| 4     | Підготовка I розділу кваліфікаційної (магістерської) роботи та подання його керівнику   | 16.08.2024-<br>24.10.2024 | виконано               |
| 5     | Підготовка II розділу кваліфікаційної (магістерської) роботи та подання його керівнику  | 25.10.2024-<br>29.11.2024 | виконано               |
| 6     | Підготовка вступної частини   | 30.11.2024                | виконано               |
| 7     | Перевірка роботи керівником та доопрацювання роботи   | 04.12.2024                | виконано               |
| 8     | Отримання відгуку керівника   | 05.12.2024                | виконано               |
| 9     | Попередній захист роботи  | 06.12.2024                | виконано               |
| 10    | Захист роботи в ЕК  | 19.12.2024                | виконано               |

Дата видачі завдання «28» червня 2024 р.

Здобувач вищої освіти

*Т.В. Проців*  
(підпис)

Проців Т.В.  
(прізвище та ініціали)

Керівник роботи

*В.А. Шепелюк*

к.е.н., доцент Шепелюк В.А.

Міністерство освіти і науки України  
Криворізький національний університет  
Факультет економіки та управління бізнесом  
Кафедра обліку, оподаткування, публічного управління та адміністрування

## РЕФЕРАТ

на кваліфікаційну (магістерську) роботу на тему:  
«Удосконалення обліку товарів та особливості їх оподаткування»

74 сторінки, 10 таблиць, 16 рисунків, 50 джерело, 12 додатків

**Метою дослідження** є аналіз сучасних підходів до обліку товарів за національними та міжнародними стандартами, а також вивчення особливостей їх оподаткування.

**Предметом дослідження** є процеси обліку товарів, методи їх оцінки, а також особливості оподаткування їх на підприємствах.

**Об'єкт дослідження магістерської роботи** є система обліку товарів та особливості їх оподаткування на прикладі ТОВ «Техмарк».

**Методи дослідження:** Для досягнення визначеної мети в процесі дослідження застосовувалися сукупність загальнонаукових та спеціальних методів дослідження, а саме: теоретичного узагальнення, аналізу та синтезу, узагальнення, історичного аналізу, моделювання та формалізації, індукції та дедукції, графічний, порівняльного аналізу та ін.

**Результати дослідження:** Основними напрямками вдосконалення обліку товарів є впровадження автоматизованих систем управління обліком, розширення аналітичних рахунків, розробка єдиних форм первинної документації, інтеграція облікових даних з управлінською інформацією. Такі заходи дозволять оптимізувати облікові процеси, зменшити ризики і забезпечити зростання ефективності діяльності підприємства.

**Ключові слова:** АУДИТ, ЗАПАСИ, ОБЛІК, ОПОДАТКУВАННЯ, ОБЛІКОВІ РЕГІСТРИ, ТОВАРИ.

## ЗМІСТ

|  | стор. |
|--|-------|
| ЗАВДАННЯ НА РОБОТУ   | 2     |
| РЕФЕРАТ  | 3     |
| ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ,<br>СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ  | 4     |
| ВСТУП  | 6     |
| 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ ТОВАРІВ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ<br>ОПОДАТКУВАННЯ  | 9     |
| 1.1. Критичний аналіз підходів до визначення дефініції поняття «товари»  | 9     |
| 1.2. Управлінські аспекти класифікації товарів для обліку та оподаткування   | 20    |
| 1.3. Критерії визнання та оцінки товарів згідно національних та<br>міжнародних стандартів з бухгалтерського обліку | 29    |
| 2. МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ОБЛІКУ ТОВАРІВ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ<br>ОПОДАТКУВАННЯ ТОВ «ТЕХМАРК»                                | 39    |
| 2.1. Особливості діяльності та організації обліку на ТОВ Техмарк   | 39    |
| 2.2. Аналіз основних економічних показників діяльності ТОВ «Техмарк» та<br>оцінка його фінансового стану           | 41    |
| 2.3. Бухгалтерський облік товарів на ТОВ "Техмарк"   | 49    |
| 2.4. Особливості оподаткування операцій з придбання та реалізації товарів<br>на ТОВ «Техмарк»                      | 56    |
| 2.5. Особливості аудит обліку товарів в процесі управління ТОВ «Техмарк»   | 59    |
| 2.6. Шляхи удосконалення обліку товарів на ТОВ «Техмарк»   | 63    |
| ВИСНОВКИ   | 66    |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ   | 69    |
| ДОДАТКИ  | 74    |

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ,  
СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

1. грн. – гривні;
2. див. – дивіться;
3. дод. – додаток;
4. ЗУ – Закон України;
5. КМУ – Кабінет Міністрів України;
6. МСБО – міжнародні стандарти бухгалтерського обліку;
7. МСФЗ – міжнародні стандарти фінансової звітності ;
8. НП(С)БО – Національні положення (стандарт) бухгалтерського обліку;
9. п. – пункт;
10. ПКУ – Податковий кодекс України;
11. ПДВ – податок на додану вартість;
12. рах. – рахунок;
13. рис. – рисунок;
14. ст. – стаття;
15. ТОВ- Товариство з обмеженою відповідальністю;
16. тис. – тисяча.

## ВСТУП

Облік товарів та їхнє оподаткування є важливими аспектами бухгалтерського обліку та фінансового управління підприємств будь-якої сфери діяльності. В умовах інтеграції української економіки в міжнародний бізнес-середовище, удосконалення облікових практик і податкових процедур щодо товарів стає важливою умовою підвищення ефективності бізнесу.

Застосування міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ) та гармонізація національних стандартів бухгалтерського обліку з міжнародними є важливою умовою для розвитку економіки України. Відповідно, удосконалення обліку товарів, в частині застосування методів оцінки, а також розкриття інформації про запаси у фінансовій звітності, сприяє підвищенню прозорості та точності фінансових даних.

Правильне та ефективне оподаткування товарів є важливим аспектом для забезпечення фінансової стабільності підприємства та виконання податкових зобов'язань. Враховуючи складність податкових норм і зміни у законодавстві, підприємства часто стикаються з проблемами у визначенні об'єктів оподаткування, в тому числі ПДВ та акцизів. Розуміння специфіки оподаткування товарів та їх правильне відображення у фінансовій звітності дозволяє знижувати податкові ризики, мінімізувати податкові санкції та забезпечувати дотримання податкових норм.

В умовах цифровізації бізнес-процесів, інтеграція сучасних інформаційних технологій у бух\облік дозволяє автоматизувати процеси обліку, полегшити контроль за рухом товарів, зменшити людський фактор і помилки, а також забезпечити оперативне управління запасами та їхньою вартістю.

Оскільки облік товарів має прямий вплив на фін\звітність підприємства, удосконалення цього процесу дозволяє підвищити точність звітності, та, є важливим для прийняття обґрунтованих управлінських рішень. Врахування різних підходів до оцінки товарів може суттєво змінювати показники рентабельності, ліквідності та фінансової стабільності підприємства.

Таким чином, дослідження удосконалення обліку товарів та особливостей їх оподаткування є надзвичайно актуальним для забезпечення ефективног

ведення бух\обліку, мінімізації податкових ризиків та підвищення конкурентоспроможності підприємств на міжнародному рівні.

Предметом дослідження є процеси обліку товарів, методи їх оцінки, а також особливості оподаткування їх на підприємствах.

Об'єкт дослідження магістерської роботи є система обліку товарів та особливості їх оподаткування на прикладі ТОВ «Техмарк».

Метою дослідження є аналіз сучасних підходів до обліку товарів за національними та міжнародними стандартами, а також вивчення особливостей їх оподаткування.

Виходячи з мети основними завданням є :

- проведення критичного аналізу підходів до визначення дефініції поняття «товари»;
- визначити управлінські аспекти класифікації товарів для обліку та оподаткування;
- розглянути критерії визнання та оцінки товарів згідно з національними та міжнародними стандартами бухгалтерського обліку;
- визначити особливості діяльності та організації обліку на ТОВ «Техмарк»;
- оцінити фінансовий стан підприємства та проаналізувати його економічні показники;
- дослідити бухгалтерський облік товарів на ТОВ «Техмарк» та особливість їх оподаткування;
- надати пропозиції щодо покращення ведення обліку на підприємстві.

Для аналізу теоретичних і практичних аспектів обліку товарів та оподаткування використовуються метод синтез. За допомогою даного методу формулюванні загальні висновки з аспектів обліку і оподаткування товарів на основі вивчених матеріалів.

Порівняльний аналіз застосовується для порівняння НП(С)БО 9 та МСБО 2, а також для визначення відмінностей та спільних рис в облікових методах і принципах оцінки товарів, що застосовуються в Україні та інших країнах.



Документальний метод застосовується для аналізу нормативно-правових актів, стандартів бухгалтерського обліку та податкових норм, що регулюють облік і оподаткування товарів.

Дедуктивний підхід використовується для формулювання загальних теоретичних положень на основі вивчених стандартів і практик, а індуктивний — для виведення конкретних висновків на основі реальних прикладів обліку і оподаткування товарів на підприємствах.

Емпіричний метод дослідження дозволяє на основі даних з реальної практики підприємств вивчити особливості застосування різних методів обліку товарів та їх оподаткування, а також визначити вплив на фін\результати підприємства.

Використані методи дозволяють комплексно оцінити сучасний стан обліку товарів і їх оподаткування, а також розробити практичні рекомендації для вдосконалення облікових та податкових процесів.

Інформаційна база дослідження включає різноманітні джерела, що забезпечують теоретичну та практичну основу для вивчення обліку товарів та їх оподаткування. В роботі використані нормативно-правові акти та законодавчі документи, МСБО, публікації та монографії науковців з питання обліку товарів та особливості оподаткування в Україні та інших країнах. Джерела складають основу для глибокого дослідження обліку товарів та оподаткування, що дозволяє комплексно оцінити проблему та розробити пропозиції щодо вдосконалення облікових і податкових процесів.

# 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ ТОВАРІВ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ОПОДАТКУВАННЯ

## 1.1.Критичний аналіз підходів до визначення дефініції поняття «товари»

Товар є одним із ключових елементів ринкової економіки, і його визначення та управління мають важливе значення для ефективної діяльності підприємства. Від того, як підприємство визначає свій товар, залежить успіх його на ринку, задоволення потреб споживачів та досягнення стратегічних цілей. У науковій літературі існує багато різних підходів до визначення товару та його ролі у системі управління підприємством, що зумовлює необхідність проведення аналізу цих підходів. Розглянемо три основних підходів до визначення дефініції «товар», рис.1.1

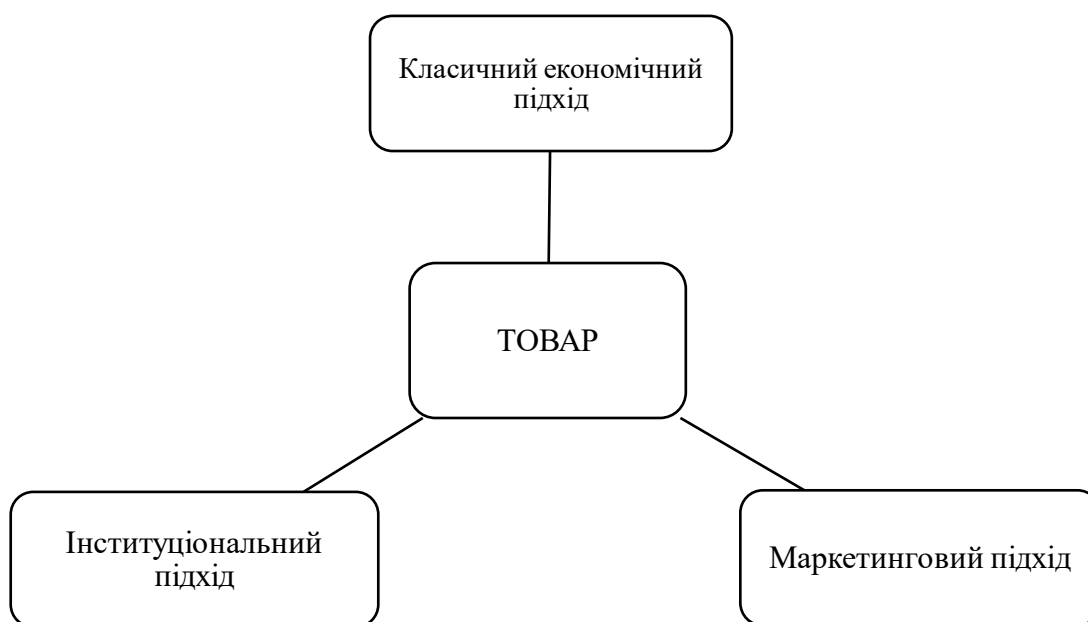


Рисунок 1.1—Визначення поняття «товар» в сучасній економічній науці

Класичний економічний підхід до товару ґрунтується на визначенні товару як матеріального продукту, який здатний задовольнити потреби споживача і може бути проданий або обміняний на ринку. Такий підхід підкреслює фізичні властивості товару та його здатність приносити користь. Економісти-класики, як

Адам Сміт та Девід Рікардо, розглядали товар як основну одиницю ринкових відносин, акцентуючи увагу на вартості та обміні.

А. Сміт і Д. Рікардо, два визначні економісти класичної школи, зробили великий внесок у розуміння товарів, проте їхні підходи та теорії мали певні відмінності.

У своїй праці "Дослідження про природу і причини багатства народів" (1776), А. Сміт [1], розглядав товар як об'єкт, що має певну вартість. Він запропонував дві ключові концепції товару: вартість у користуванні та вартість у міновій здатності.



Рисунок 1.2. —Концепції товару за А. Сміт

Отже, вартість у користуванні це корисність товару, його здатність задовольняти потреби. Цей тип вартості залежить від споживачів і їхніх потреб, тому вартість у користуванні може сильно варіювати в залежності від обставин.

Вартість у міновій здатності це кількість товарів або послуг, які можна отримати в обмін на інший товар. А. Сміт відзначав, що вартість товару на ринку визначається часом праці, затраченим на його виробництво. Своїх працях він запропонував концепцію праці як міри вартості товарів, підкреслюючи, що праця є "справжньою ціною" товару.

Однак, Адам Сміт в наукових дослідженнях звертав увагу на те, що ціна товару на ринку не завжди відповідає його внутрішній вартості. Тому що через вплив таких факторів, як рента, заробітна плата і прибуток, формується основна частини ціни товару.

Девід Рікардо, у своїй праці "Принципи політичної економії та оподаткування" (1817) [2] також розвивав концепцію трудової теорії вартості. Але в його підході вона мала більш чіткі й систематизовані риси.

Д. Рікардо формує три концепції товару:

#### 1. Трудова теорія вартості:

Науковець стверджував, що вартість товару залежить від кількості праці, необхідної для його виробництва. Він стверджував, що навіть засоби праці як товару за своєю суттю, є втіленою працею. Таким чином, вартість товару формується сукупністю всіх затрачених зусиль на різних етапах його виробництва.

#### 2. Співвідношення між працею та капіталом.

Д. Рікардо звертав увагу на роль капіталу у виробництві товарів. Він наголошував на тому, що не лише праця, але й капітал (включаючи землю та інші ресурси) відіграють важливу роль у формуванні вартості товару. Однак у своїй основі праця залишалася основним джерелом вартості товару.

#### 3. Закон порівняльної переваги.

В своїх працях Д. Рікардо розробив теорію порівняльних переваг. Згідно з якою країни або суб'єкти повинні спеціалізуватися на виробництві тих товарів, виробництво яких для них є найменш затратним відносно інших товарів. Даний підхід значно розширив розуміння міжнародної торгівлі та ролі товарообміну між країнами.

Обидва економісти використовували працю як ключовий елемент для визначення вартості товарів. Для обох вартість визначалася через кількість праці, затраченої на виробництво товару.

А.Сміт у своїх роботах більш гнучким та визнавав, що ринок і конкуренція можуть призводити до різних форм ціноутворення. Д.Рікардо в наукових дослідженнях зосередився на теорії трудової вартості. Він розвинув більш формалізовану модель розподілу доходів між працею, капіталом і рентою, під час як А.Сміт зробив акцент на динаміці між пропозицією, попитом та конкуренцією.

Таким чином Адам Сміт і Девід Рікардо зробили вагомий внесок у формування сучасної економічної науки, зокрема у розуміння вартості товару. Сміт надавав більше уваги ринковим механізмам і конкуренції, тоді як Рікардо зосередився на глибинному аналізі вартості через трудові витрати. Їхні теорії стали фундаментом для подальших економічних досліджень і продовжують мати значний вплив на сучасні економічні концепції.

Наступним кроком дослідження є аналіз маркетингового підходу до дефініції «товар». У маркетингу товар визначається ширше, враховуючи не лише матеріальні властивості, але й споживчі переваги, сервіс та символічну цінність. Відомий американський вчений українського походження, Ф. Котлер, зробив значний внесок у консолідацію світових наукових підходів до визначення терміну "товар" Філіп Котлер визначає сутність товару як «все те, що може задовольнити потребу та пропонується ринку з метою залучення уваги, придбання, використання та споживання» [3, с. 457]. Його роботи охоплюють не лише економічний погляд на товар, але й психологічні, соціальні та культурні аспекти, що визначають сприйняття і вибір споживачів.

Вчений визначав товар як ключовий елемент у маркетинговій пропозиції компанії. Він стверджував, що товар — це не просто фізичний об'єкт або послуга, а набір властивостей, вигоди і цінностей, які задовольняють потреби споживачів. У своїй класичній праці "Основи маркетингу"[3], Ф.Котлер описує товар як багаторівневу структуру, що включає три основні рівні:

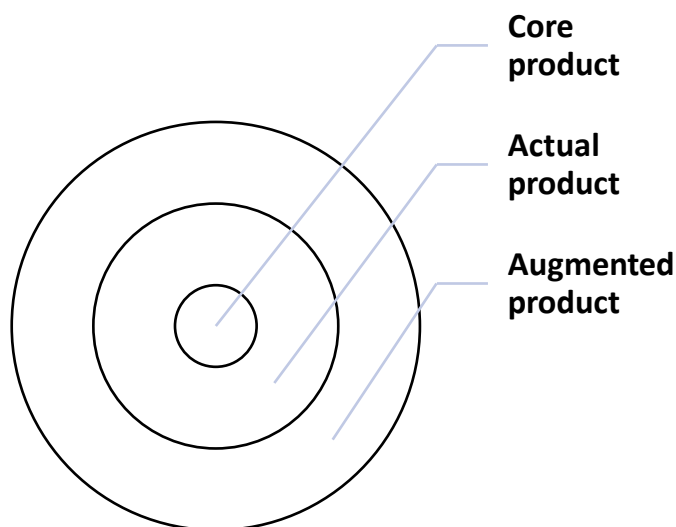


Рисунок 1.3. —Структура товару по Ф. Котлеру

Основний товар (Core Product) — це базовий рівень товару, який відображає основну потребу або проблему, що вирішується за допомогою продукту. На цьому рівні важливо розуміти, що саме товар надає споживачеві в плані корисності та вигоди.

Наприклад, коли людина купує автомобіль, її основною вигодою є транспорт і мобільність.

Товар у реальному виконанні (Actual Product) — це фізична форма товару, його дизайн, характеристики, якість, марка і упаковка. Це той аспект товару, який споживач бачить і може оцінити за зовнішніми ознаками. На цьому рівні товари відрізняються між собою за характеристиками та брендом, що допомагає компаніям виділити свій продукт серед конкурентів.

Приклад: Для смартфона це бренд, модель, розмір екрану, камера, процесор, операційна система, зовнішній вигляд і упаковка.

Розширений товар (Augmented Product) — це додаткові послуги або переваги, які компанія надає разом із товаром для підвищення його цінності. На цьому рівні компанії часто додають цінності для залучення та утримання клієнтів.

Приклад: Для смартфона це гарантійний термін, технічна підтримка, доступ до сервісних центрів, безкоштовні оновлення програмного забезпечення або додаткові послуги з обслуговування.

Отже, кожен рівень товару додає новий вимір до сприйняття продукту споживачем. Перший рівень відповідає за базову функціональність, другий — за видимі характеристики, а третій додає додаткову цінність, яка робить товар більш привабливим на ринку. Розуміння та використання цих рівнів дозволяє компаніям краще адаптувати свої товари до потреб споживачів і створювати конкурентні переваги.

Американський вчений Ф.Котлер також поділяв товари на різні категорії залежно від поведінки споживачів та їхніх характеристик.

Категорії товарів відповідно до поведінки споживача наведені у табл.1.1.

Таблиця 1.1. — Категорії товарів відповідно до поведінки споживача та їх характеристика

| № | Категорія товару            | Характеристика  |
|---|-----------------------------|---|
| 1 | Споживчі товари             | товари, що купуються для особистого використання  |
| 2 | Товари повсякденного попиту | товари, які купуються часто і з мінімальними зусиллями (напр. хліб, молоко)   |
| 3 | Товари тривалого попиту     | товари, вибір яких потребує більше часу для порівняння цін, якості та брендів (напр. одяг, побутова техніка).   |
| 4 | Товари особливого попиту    | товари, які мають унікальні характеристики або високу цінність для споживача, тому вони готові докладати значних зусиль для їх пошуку (напр. дизайнерські сумки, автомобілі преміум-класу). |
| 5 | Товари пасивного попиту     | товари, які споживач не має наміру купувати або не знає про їх існування (напр. страхування життя).   |
| 6 | Промислові товари           | товари, які купуються для використання в процесі виробництва інших товарів або послуг. Вони поділяються на сировину, допоміжні матеріали та обладнання.                                     |

В роботі «Основи маркетингу» Філіп Котлер наголошував, що створення цінності для споживача є центральною функцією маркетингу. Для цього потрібно не лише створити продукт, який задовольняє потреби, але й додати йому таку цінність, щоб він перевершував очікування покупців.

Цінність товару за Ф. Котлером, — це баланс між вигодами, які споживач отримує від товару, і ціною, яку він за це платить. Якщо вигоди переважають над вартістю, то споживач сприймає товар як такий, що має високу цінність, і це мотивує до покупки.

Вчений підкреслював важливість маркетингової пропозиції, що включає товар, його ціну, просування та методи розповсюдження. Пропозиція має бути побудована на розумінні цільової аудиторії, її потреб і бажань.

Ф. Котлер зосереджував увагу на тому, що компанії повинні відрізнити свої товари від конкурентів, пропонуючи унікальні вигоди. Це може бути як

поліпшення якості, так і додаткові послуги або кращий дизайн. Диференціація дозволяє компаніям створювати конкурентні переваги і збільшувати лояльність споживачів.

Одним із ключових внесків Філіпа Котлера є розробка моделі життєвого циклу товару, яка включає чотири основні етапи, рис.1.4.



Рисунок 1.4. — Модель життєвого циклу товару Ф. Котлер

Життєвий цикл товару (ЖЦТ) — це концепція, яка описує послідовність етапів, через які проходить продукт від його розробки до виходу з ринку. У маркетингу цей цикл складається з кількох фаз, кожна з яких має власні особливості і впливає на стратегії виробника. З наукової точки зору життєвий цикл товару можна розглядати як економічний, маркетинговий та виробничий феномен, який відображає динаміку попиту та пропозиції, адаптацію до змін ринку, а також інноваційні процеси.

Таблиця 1.2. —Опис життєвого циклу товару

| № | Етапи життєвого циклу товару  | Опис  | Науковий аспект  |
|---|-------------------------------|---|--|
| 1 | 2                             | 3   | 4  |
| 1 | Розробка (Інновація)          | початкова фаза, на якій ідея продукту розробляється, проводяться дослідження і створюється прототип. У цей період витрати на дослідження і розробку є високими, а прибуток відсутній. | Дослідження ринку, потреб споживачів, технологічні інновації і патентна діяльність.              |
| 2 | Виведення на ринок (Введення) | Товар офіційно виходить на ринок. Продажі є низькими, витрати на маркетинг і просування значні. Основна мета — створити попит і інформувати споживачів.                               | Адаптація продукту до ринкових умов, маркетингові стратегії для стимулювання попиту.             |
| 3 | Зростання                     | Продукт починає набирати популярність, продажі стрімко зростають. Виробники можуть розширити асортимент або вдосконалювати товар. Прибутковість зростає, але з'являються конкуренти.  | Вивчення конкурентних переваг, економія на масштабі, дослідження ефективності розширення ринків. |



| 1 | 2        | 3  | 4   |
|---|----------|--|---|
| 4 | Зрілість | Продажі стабілізуються, темпи росту сповільнюються. Товар досягає піку своєї популярності. Конкуренція максимальна, і компанії починають знижувати ціни для підтримки ринкової частки. | Управління запасами, оптимізація витрат, розширення лояльності клієнтів, диверсифікація продукту.           |
| 5 | Спад     | Попит на товар знижується через насичення ринку або появу нових, більш інноваційних продуктів. Прибутки зменшуються, і товар може бути знятий з виробництва.                           | Вивчення факторів, які впливають на занепад попиту, планування виведення товару з ринку або його оновлення. |

Таким чином, ЖЦТ є важливим інструментом в економічній теорії для аналізу поведінки ринків і впливу інновацій на конкурентоспроможність. Його вивчення дозволяє зрозуміти, як змінюється структура витрат, прибутків і конкурентних переваг на різних стадіях, і сприяє формуванню стратегій управління товаром, маркетингом і інноваціями.

В своїх дослідженнях Ф. Котлер пропонує підхід до управління товарним портфелем за допомогою різних маркетингових стратегій. Компанії повинні оцінювати свої товари не тільки з точки зору поточного продажу, але й з огляду на їхній потенціал зростання та прибутковість. Дана стратегія включає рішення щодо інвестицій у розробку нових продуктів, модернізацію існуючих або виведення з ринку застарілих товарів.

Таким чином Філіп Котлер змінив розуміння товару в маркетинговій теорії. Він запропонував багатовимірний підхід, що включає не лише фізичні характеристики товару, але й вигоди, цінності та сприйняття споживачів. Науковець вважав, що успішний товар — це не просто об'єкт, а комплекс пропозицій, що задовольняє потреби і перевершує очікування клієнтів. Теорії Ф. Котлера стали основою для сучасної маркетингової практики та вплинули на розвиток стратегій брендів у всьому світі.

Наступний підхід до поняття економічної категорії «товар» - інституціональна теорія. В основі теорії товар є не тільки об'єкт споживання, але й соціальний конструкт, який створений у межах інституційних відносин.

Інституціональна теорія є одним із підходів у соціальних науках, зокрема економіці та соціології, що розглядає роль інституцій у формуванні поведінки, економічних процесів і організаційних структур. У контексті розгляду товару дана теорія зосереджується на тому, як соціальні, правові, культурні та економічні інституції впливають на формування ринків, обмін товарів та їхню цінність. Інституціональний підхід відрізняється від традиційної економічної теорії, яка більше фокусується на ринкових силах, пропозиції, попиті та вартості товарів через кількість затраченої праці чи ресурсів. Товар набуває значення через контексти ринкових практик, де важливими є не тільки його фізичні властивості, але й нормативні регуляції, соціальні зв'язки та культурні традиції.

Прихильниками інституціональної теорії є сучасні науковці такі як Торстейн Веблен, Джон Коммонс, Карл Поланьї, Дуглас Норт та інші.

Торстейн Веблен є одним із засновників інституціональної економіки і відомий своєю критикою класичних економічних теорій. «Теорія дозвільного класу» (англ. *The Theory of the Leisure Class*) [4] це соціально-економічний трактат американського соціолога і економіста Торстейна Веблена, опублікований у 1899 році. У цій роботі вчений вперше детально проаналізував явище соціальної стратифікації і роль споживання в суспільстві. Основною темою трактату є критика вищого класу, який займається показним споживанням і паразитує на праці інших класів. У своїй праці науковець досліджував товари з точки зору їхньої соціальної значущості та символічного статусу.

Т. Веблен стверджував, що в багатьох випадках товари не лише задовольняють базові потреби, але й виступають як засіб демонстрації соціального статусу та престижу. Високі класи споживають товари не для їх корисності, а для демонстрації своєї заможності та впливу. Демонстративне споживання є прикладом того, як інституційні норми й соціальні відносини впливають на сприйняття товарів і формують попит.

Деякі товари, наприклад, предмети розкоші, мають особливий статус, оскільки їхня вартість на ринку часто зростає внаслідок підвищеного попиту саме через їхню престижність. Таким чином, ціна товару не завжди відображає

його внутрішню вартість або корисність, а визначається інституційними та соціальними чинниками.

Вагомий внесок у розвиток інституціональної економіки зробив Джон Коммонс. У своїй роботі [12] вчений зосередився на ролі інституцій у формуванні ринкових відносин і економічної поведінки, зокрема в контексті товарів і ринків.

Науковець вважав, що товари не є простими об'єктами обміну, а результатом інституційних домовленостей, які формуються на основі правових і соціальних норм. Наприклад, право власності, патенти, ліцензії та контракти визначають, як товари можуть вироблятися, розподілятися та використовуватися. Таким чином, товари набувають своєї цінності не лише через внутрішні характеристики, але й через регуляції та соціальні інститути, що визначають умови їхнього виробництва та обміну.

Вчений в своїх роботах підкреслював роль колективних дій, таких як профспілки, корпорації, уряди та суди, які впливають на процеси виробництва та обміну товарів. На його думку, ринок — це не просто взаємодія між продавцями та покупцями, а складна система інституційних відносин.

У 1944 видатний економічний історик і соціолог Карл Поланьї, у своїй науковій роботі [3] розглядав ринки та товари через призму соціальних і культурних інституцій. Він стверджував, що ринки та товари не є природними або автономними утвореннями, а залежать від політичних і соціальних інститутів, які їх регулюють.

Науковець водить поняття фіктивних товарів, до яких він відносить три ключові елементи: землю, працю і гроші. Він стверджує, що ці речі ніколи не були справжніми товарами, створеними для продажу на ринку, але капіталістична економіка перетворила їх на такі. Таке ствердження викликало серйозні соціальні і економічні проблеми, оскільки земля — це частина природи, праця — це людська діяльність, а гроші — це символічне вираження вартості.

К. Поланьї підкреслював, що ринок не може функціонувати незалежно від соціальних інституцій, таких як держава, яка регулює і контролює його

функціонування. Наприклад, урядові політики щодо ціноутворення, регулювання праці або захисту природних ресурсів визначають ринкову вартість багатьох товарів. Його праця стала основою для розуміння того, як ринки функціонують не тільки як економічні інститути, але й як соціальні системи, що можуть суттєво впливати на структуру суспільства. Концепція "вбудованої економіки" дала підґрунтя для сучасних дебатів про регулювання ринку, соціальну нерівність та екологічну кризу.

Наступним представником інституційного підходу є лауреат Нобелівської премії з економіки Дуглас Норт. Вчений є ключовим представником нового інституціоналізму, що розвинув економічні теорії, враховуючи роль інституцій у формуванні економічної діяльності. 1990 році у своїх працях [7] він розглядав, як інституції впливають на ефективність ринків і обмін товарів. Науковець стверджував, що інституції — це формальні та неформальні "правила гри", які визначають, як економічні суб'єкти поведуться на ринку. Наприклад, правові інституції встановлюють контракти та забезпечують права власності, що дозволяє ефективно здійснювати обмін товарами.

Дуглас Норт в своїх наукових працях наголошував, що інституції змінюються з часом, адаптуючись до нових умов і викликів. Всі зміни впливають на структуру ринків і вартість товарів. Наприклад, розвиток інтелектуальної власності вплинув на вартість цифрових товарів, таких як програмне забезпечення чи музика.

Отже, інституціональна теорія значно розширює класичне розуміння товару, додаючи до економічних категорій такі поняття, як соціальна вбудованість, фіктивні товари, демонстративне споживання та інституційні зміни. У межах цієї теорії товари розглядаються не лише як об'єкти економічного обміну, але й як соціальні, що набувають своєї цінності через вплив інституцій, норм, правових рамок та культурних традицій.

Правові системи, контракти, патенти та інші регуляції встановлюють рамки для функціонування ринку і визначають, що саме може бути товаром і як його можна обмінювати. Багато товарів мають цінність не лише через свої

фізичні характеристики, але й через символічні та соціальні значення, які надаються їм у суспільстві. Товари розкоші, наприклад, стають індикаторами соціального статусу і престижу. Еволюція інституцій, як-от впровадження нових технологій або зміни у законодавстві, може суттєво змінити ринкову вартість товарів.

Отже, зробимо висновок інституціональна теорія надає більш широкий погляд на товар, виходячи за межі класичних економічних концепцій вартості та попиту. Вона підкреслює, що товари не існують у вакуумі, а є продуктом складної взаємодії соціальних, правових і економічних інституцій.

Аналіз наукових підходів свідчить, що для ефективного управління товаром необхідно враховувати різні аспекти: економічну вартість, маркетингові характеристики, інституційні рамки та стратегічні ресурси. Підприємства, які інтегрують ці підходи у свою діяльність, можуть ефективніше адаптувати свої товари до вимог ринку.

Класичні та маркетингові підходи можуть бути інтегровані для створення стійкої конкурентної стратегії. Успішні підприємства використовують унікальні товарні пропозиції, які не тільки задовольняють поточні потреби споживачів, але й створюють нові ринки через інновації.

Інституційний підхід підкреслює важливість розуміння законодавчих вимог та соціальних норм, які впливають на товарні стратегії підприємств. Врахування інституційних змін дозволяє підприємствам швидше адаптуватися до нових ринкових умов і уникати ризиків, пов'язаних із законодавчими обмеженнями.

## 1.2. Управлінські аспекти класифікації товарів для обліку та оподаткування

У стратегічному управлінні підприємством товар розглядається як ключовий ресурс, що визначає конкурентні переваги підприємства. За моделлю конкурентних сил Портера, товар є основним елементом, через який підприємство може створювати унікальні пропозиції та займати конкурентні позиції на ринку.

Модель п'яти конкурентних сил М. Портера [8] є однією з найбільш визнаних концепцій у стратегічному управлінні бізнесом. Модель дозволяє зрозуміти, як різні фактори впливають на конкурентне середовище в галузі. За допомогою моделі Портера компанії можуть аналізувати конкуренцію та приймати ефективні рішення щодо позиціонування товару на ринку. Майкл Портер запропонував п'ять ключових сил, що визначають рівень конкуренції: загроза нових гравців, загроза товарів-замінників, сила постачальників, сила покупців та інтенсивність конкурентної боротьби. Розглянемо, як кожна з цих сил може впливати на товар і його конкурентну позицію.

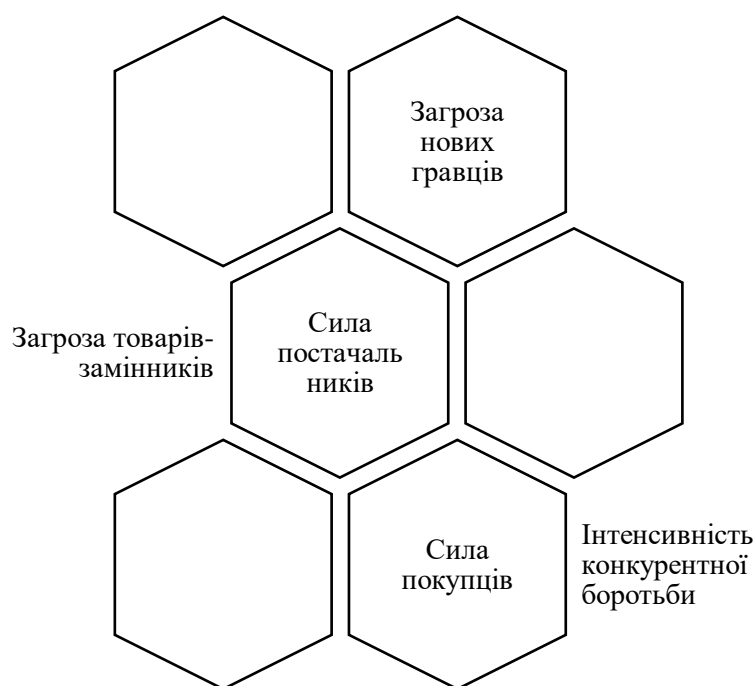


Рисунок 1.5. — Модель п'яти сил Портера

Загроза нових конкурентів у галузі може суттєво вплинути на ринкову частку товару та прибутковість компанії. Якщо нові гравці легко входять на ринок, це збільшує конкуренцію і знижує потенційну рентабельність. У різних галузях можуть існувати високі бар'єри для входу, такі як значні інвестиції, патенти, спеціалізовані технології або сильні бренди. Наприклад, у сфері високих технологій нові компанії можуть стикатися з труднощами через високі витрати на розробку продукції або необхідність ліцензій. Якщо бар'єри для входу низькі, це може змусити існуючі компанії знижувати ціни, посилювати маркетинг або розширювати асортимент товарів для збереження своєї позиції.

Загроза товарів-замінників це коли продукти, які можуть замінити товар, пропонуючи подібні вигоди. Чим легше споживачам переключитися на замінники, тим нижча рентабельність товару на ринку. До ключових факторів належать ціна, якість і доступність товарів-замінників. Наприклад, для авіаційних компаній загрозою є швидкі поїзди або навіть розвиток онлайн-конференцій, які можуть замінити ділові подорожі. Тому, компанії повинні постійно моніторити ринок на предмет появи замінників і вдосконалювати свої товари. Це може включати інновації, зниження вартості або створення додаткових цінностей для споживачів, щоб утримати їх.

Сучасні постачальники можуть мати великий вплив на бізнес, особливо коли вони контролюють доступ до важливих ресурсів або компонентів товару. Сильна позиція постачальників може підвищити витрати на виробництво або знизити якість товару, якщо бізнес не має альтернативних джерел. Якщо на ринку мало постачальників або вони пропонують унікальні матеріали чи послуги, вони можуть диктувати умови співпраці. Це особливо актуально для високотехнологічних галузей, де окремі компанії володіють патентами або спеціальними технологіями. У таких умовах компанії змушені або шукати альтернативних постачальників, або адаптувати товар до нових умов, що може вплинути на його якість чи собівартість.

Сила покупців залежить від того, наскільки легко вони можуть диктувати свої умови щодо ціни, якості або умов поставки. Сильна позиція покупців змушує компанії знижувати ціни або підвищувати якість товарів, щоб зберегти конкурентоспроможність. Чинники сили покупців зростає, коли на ринку багато варіантів вибору, низькі витрати на зміну постачальника або високий рівень інформованості споживачів. Великі корпоративні клієнти, наприклад, можуть впливати на умови закупівлі через свій великий обсяг закупівель. Компанії можуть пропонувати додаткові послуги, програми лояльності або спеціальні умови, щоб зберегти покупців. Крім того, аналіз зворотного зв'язку від покупців може допомогти у вдосконаленні продукту.

Конкуренція між існуючими гравцями на ринку є основною силою, що впливає на успіх товару. Високий рівень конкуренції зазвичай веде до цінових війн, зниження прибутковості та необхідності постійного вдосконалення продукту. Висока інтенсивність конкуренції може бути наслідком великої кількості гравців на ринку, невеликої диференціації товарів або повільного зростання ринку. У такій ситуації компанії змушені активно конкурувати за частку ринку через зниження цін, маркетингові кампанії та інновації. Конкурентне середовище вимагає від компаній постійного вдосконалення товару. Це може включати покращення якості, функціональності, розробку нових версій або навіть вихід на нові ринки.

Таким чином, модель 5-конкурентних сил Портера використовується компаніями для розробки стратегій і визначення ринкових можливостей. Наприклад для аналіз бар'єрів для входу на ринок нового товару. Розуміння рівня загрози нових гравців дозволяє компаніям створювати додаткові бар'єри для захисту своїх ринкових позицій, наприклад, через інвестиції в інновації або розширення бренду. Також, для зміцнення позиції з постачальниками та покупцями, компанії можуть зменшити залежність від сильних постачальників або покупців через диверсифікацію своїх ринків та створення нових каналів постачання та збуту.

Отже, зробимо висновок, модель п'яти сил Портера надає цінні інструменти для аналізу конкуренції та розробки стратегій для бізнесу. Для ефективного управління товаром на ринку компанії повинні враховувати всі п'ять сил, що впливають на їхню ринкову позицію. Такий підхід дозволяє бізнесам краще адаптувати свої товари до конкурентного середовища, ефективно реагувати на ринкові виклики і зберігати конкурентні переваги в довгостроковій перспективі.

В п.1.1 розглянутий життєвий цикл товару. Життєвий цикл включає чотири етапи: виведення на ринок, зростання, зрілість та спад. Кожен з етапів потребує різної стратегії управління, від інвестицій у дослідження та розвиток на етапі впровадження до оптимізації витрат на етапі спаду.



На кожному етапі ЖЦТ компанії адаптують свої маркетингові стратегії для підтримки прибутковості товару. Наприклад, на етапі зрілості бізнеси можуть здійснювати маркетингові кампанії для продовження життєвого циклу через залучення нових споживачів або вдосконалення продукту.

На етапі виведення товару на ринок бізнесам часто потрібні значні інвестиції в розробку та рекламу, з мінімальними прибутками. Водночас на етапі зрілості і спаду компанії можуть переглядати бюджети і скорочувати витрати для підтримки маржі.

Зміна ціни товару часто відповідає етапу ЖЦТ. Наприклад, на етапі виведення на ринок товар може мати високу ціну, щоб покрити витрати на розробку і виробництво, а на етапі спаду ціни можуть знижуватися для стимулювання залишкового попиту.

Оскільки товари на ринку проходять через всі етапи життєвого циклу, бізнеси постійно шукають нові інновації для створення продуктів, які замінять ті, що виходять з ринку. Крім того, товар відіграє ключову роль у системі оподаткування. Економічна сутність та характер товару визначають особливості обліку, механізми нарахування податків та регулювання економічної діяльності держави. У сучасних умовах держава використовує різні види податків, що базуються на характеристиках товару, його вартості, походженні, типі споживання тощо.

Кожна група товарів має свою специфіку виробництва або придбання, що впливає на формування собівартості. Правильна класифікація дозволяє точно визначити собівартість проданих товарів, що є основою для розрахунку фінансового результату. Класифікація товарів визначає, до якої групи запасів вони належать (товари для перепродажу, матеріали, готова продукція). Від цього залежать методи оцінки запасів та порядок їх відображення в бухгалтерському обліку.

Різні групи товарів можуть обкладатися різними податками (ПДВ, акцизний податок, ввізні мита). Правильна класифікація дозволяє правильно

визначити податкову базу та уникнути штрафів за неправильний розрахунок податків.

Класифікація товарів як податкових об'єктів має важливе значення для формування справедливої та ефективної податкової системи. У системі державного регулювання товар є основним об'єктом оподаткування, особливо в контексті таких податків, як податок на додану вартість (ПДВ), акцизний податок, мито та інші непрямі податки. Саме через товари держава реалізує свою фіскальну функцію, забезпечуючи надходження до бюджету та регулюючи економічну активність.

Наприклад, ПДВ нараховується на вартість реалізованого товару, що створює додану вартість на кожному етапі виробництва та продажу. Акцизний податок на товари, такі як алкоголь, тютюн або паливо, виконує не лише фіскальну, а й регулюючу функцію, зменшуючи споживання шкідливих продуктів або регулюючи обсяги ринку.

Оподаткування товарів впливає на їх кінцеву вартість для споживача, а відповідно і на ринкову пропозицію та попит. Високі ставки податків можуть призвести до підвищення цін, що, в свою чергу, знижує попит, особливо на товари не першої необхідності. Крім того, рівень податкового навантаження впливає на конкурентоспроможність підприємств, які займаються виробництвом та реалізацією товарів, особливо в умовах міжнародної торгівлі. Держава може використовувати товари як інструмент реалізації економічної політики, впливаючи на окремі сектори економіки через податкові ставки. Наприклад, надання податкових пільг на товари, пов'язані з інноваціями або екологічною безпекою, стимулює розвиток таких галузей. З іншого боку, високі податки на імпорتنі товари можуть сприяти захисту національних виробників.

Класифікація товарів у контексті оподаткування базується на різних критеріях, які визначають характер та величину податкового навантаження.

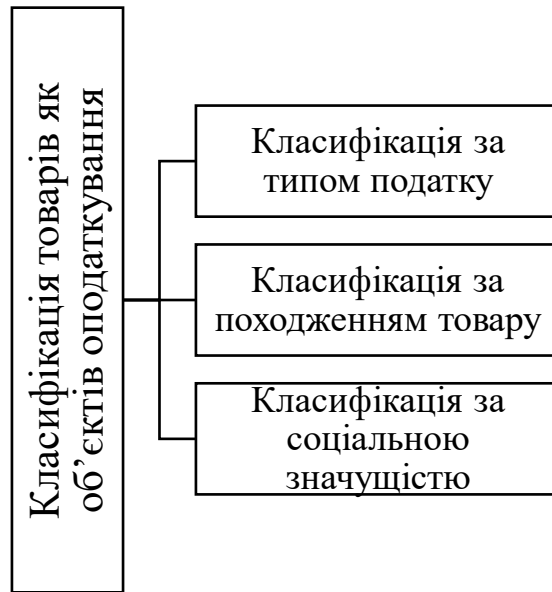


Рисунок 1.6. — Класифікація товарів як об'єктів оподаткування

Класифікація за типом податку: ПДВ, акцизний податок, мито

Податок на додану вартість є одним із найпоширеніших інструментів оподаткування товарів. Він застосовується до більшості товарів, що реалізуються на ринку, і впливає на кожен етап їх виробництва та реалізації. Основною особливістю ПДВ є те, що він стягується не з валової вартості товару, а лише з доданої вартості на кожному етапі.

Акцизи застосовуються до певних категорій товарів, які мають значну соціальну або економічну важливість. До таких товарів належать підакцизні товари — алкоголь, тютюн, паливо тощо. Основною метою акцизів є не тільки фіскальне надходження, але й регулювання обсягу споживання товарів, які можуть мати негативні наслідки для здоров'я або довкілля.

Мито — це податок, який застосовується до товарів, що перетинають митний кордон держави. Митне оподаткування може виконувати кілька функцій, включаючи захист внутрішнього ринку та регулювання обсягу імпорту.

Класифікація за походженням товару: внутрішні товари, імпортні товари.

Внутрішні товари, вироблені всередині країни, підлягають оподаткуванню відповідно до національного податкового законодавства. Це включає як непрямі податки, такі як ПДВ та акцизи, так і прямі податки, пов'язані з доходами від реалізації товарів.

Імпортні товари підлягають особливому режиму оподаткування через мита та інші додаткові збори. Держава може використовувати високі ставки митного оподаткування для стимулювання внутрішнього виробництва або обмеження імпорту.

Класифікація за соціальною значущістю: товари першої необхідності, підакцизні товари.

Держави часто надають пільги або встановлюють знижені ставки оподаткування для товарів першої необхідності (продовольчі товари, ліки тощо) з метою забезпечення доступності цих товарів для населення.

Категорія підакцизні товари входять товари, які мають підвищену соціальну або економічну значущість, такі як алкоголь, тютюн, паливо. Високі податкові ставки на ці товари застосовуються для зменшення їх споживання або підвищення надходжень до бюджету.

Класифікація товарів дозволяє державі ефективно керувати податковими ставками та регулювати податкові надходження до бюджету. Це забезпечує баланс між фіскальною функцією та економічною справедливістю.

За допомогою диференційованого підходу до оподаткування товарів держава може стимулювати розвиток окремих секторів економіки, наприклад, шляхом зниження податкового навантаження на інноваційні або екологічні товари.

Високі ставки податків на імпортні товари допомагають захищати національних виробників від іноземної конкуренції, водночас стимулюючи розвиток внутрішнього виробництва.

Таким чином, товар відіграє важливу роль у системі оподаткування, будучи основним об'єктом фіскальної політики держави. Різні види податків, такі як ПДВ, акцизи, мито та інші, базуються на класифікаційних ознаках товару, включаючи його походження, тип споживання та соціальну значущість. Класифікація товарів дозволяє державі ефективно реалізовувати фіскальну та економічну політику, забезпечуючи стабільність податкових надходжень та стимулюючи розвиток національної економіки.

Крім визначеної класифікації товарів для оподаткування, на податкове планування і розрахунок податкових зобов'язань, дуже впливає життєвий цикл товару. Оскільки кожен етап ЖЦТ пов'язаний із різними доходами, витратами та інвестиціями, це відображається в податкових платіжках компанії. На початковому етапі, коли компанія інвестує значні кошти в розробку і дослідження нового товару, вона може претендувати на податкові пільги, пов'язані з витратами на науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи. Багато країн пропонують податкові стимули для інноваційних компаній, що дозволяє знизити податкове навантаження на початкових етапах ЖЦТ. Витрати на обладнання, необхідне для виробництва товару, можуть амортизуватися протягом декількох років, що дозволяє бізнесу зменшити свій оподатковуваний прибуток. На етапі виведення товару на ринок або його зростання витрати на виробництво можуть бути значними, але їхня амортизація допомагає знизити податкові зобов'язання. На етапі зрілості товару компанія може отримувати максимальні прибутки, що збільшує податкові зобов'язання. Водночас, залежно від юрисдикції, бізнес може використовувати різні податкові стратегії, такі як передача частини прибутків у податкові гавані або оптимізація податкової бази через міжнародні операції. Такі стратегії можуть змінюватися на різних етапах ЖЦТ для зменшення податкового навантаження. Коли товар досягає етапу спаду, бізнес може зіштовхнутися з накопиченням товарних залишків або зниженням їхньої вартості. Це може мати податкові наслідки, оскільки компанія може вимагати відрахування на списання цих запасів або їхню уцінку. Податкові органи можуть дозволяти такі відрахування, що допомагає зменшити податковий тягар на бізнес. На етапі спаду компанії часто починають інвестувати у розробку нових товарів для заміни старих, що дозволяє знову претендувати на податкові пільги для наукових досліджень та розробок. Це забезпечує постійний процес оптимізації податків у відповідності до змін в інвестиціях компанії.

Сучасні суб'єкти господарювання, використовують знання про ЖЦТ для оптимізації своїх податкових платежів. Наприклад скористатися податковими пільгами для зменшення податкового навантаження на етапі виведення товару

на ринок і залучення інвестицій для розробки. На етапі зрілості та спаду товари, що втрачають цінність або більше не використовуються, можуть бути амортизовані або списані, що зменшує податкову базу. Якщо товар продається на міжнародних ринках, компанії можуть адаптувати свою податкову стратегію залежно від юрисдикцій, де оподаткування прибутку може бути нижчим, що дозволить бізнесу мінімізувати податкові зобов'язання.

Отже зробимо висновки. Концепція життєвого циклу товару є важливим інструментом для бізнесу, оскільки вона дозволяє стратегічно планувати діяльність на різних етапах розвитку товару. ЖЦТ не лише визначає маркетингові стратегії та операційні рішення, але й значно впливає на податкові аспекти бізнесу. Ефективне податкове планування, яке враховує етапи життєвого циклу товару, допомагає бізнесам мінімізувати податкове навантаження та збільшити прибутковість на кожному етапі існування товару.

Інновації відіграють вирішальну роль у вдосконаленні товарів і зміцненні конкурентоспроможності підприємств. Сучасні підприємства активно використовують концепцію інноваційного товару для збільшення частки ринку та задоволення потреб споживачів. Управління інноваційними продуктами потребує врахування ринкових трендів, технологічного розвитку та постійного дослідження потреб споживачів.

### 1.3. Критерії визнання та оцінки товарів згідно національних та міжнародних стандартів з бухгалтерського обліку

Сучасний розвиток економіки, глобалізація ринків і прагнення України до європейської інтеграції підкреслюють важливість стандартизації та гармонізації облікових процесів з міжнародними стандартами. Особливої уваги вимагає облік запасів як одного з ключових елементів активів підприємств. Запаси безпосередньо впливають на фінансові результати, собівартість продукції та рентабельність, тому правильність і прозорість їх обліку є критично важливими для різних зацікавлених сторін – інвесторів, кредиторів, акціонерів.

Тема визнання та оцінки товарів згідно з національними та міжнародними стандартами бухгалтерського обліку є предметом досліджень багатьох вітчизняних і зарубіжних учених. Серед них – А.С. Бородкін, П.С. Безруких, Н.І. Верхоглядова, Д. Ірвін та ін. Питання ведення обліку відповідно до міжнародних стандартів бухгалтерського обліку відображено у роботах С. Голова, В. Костюченка, М. Войнаренка, Н. Пономарьова, О. Замазій, І. Жолнер, В.Д. Новодворського, В.В Сопко, Є.Ю. Шари, Е.С. Хендріксена.

Дослідники, С. Голова, В. Костюченка [9], зосереджуються на питаннях гармонізації українських стандартів з МСФЗ у рамках адаптації України до європейських облікових практик. Зокрема, аналізується вплив відмінностей у методах оцінки товарів, таких як ФІФО та середньозважена вартість, на фінансові результати підприємств. Висновки показують, що застосування міжнародних стандартів, особливо в частині обліку товарів, полегшує інтерпретацію звітності для іноземних інвесторів та фінансових інститутів.

У наукових працях дослідників, В.В Сопко, Безруких, Н.І. [10], основна увага приділяється методам оцінки товарів (ФІФО, середньозважена вартість) і тому, як вони впливають на фінансову звітність. За допомогою моделювання різних сценаріїв вони виявили, що вибір методу оцінки товарів значно впливає на собівартість та фінансовий результат, що може змінювати податкові зобов'язання підприємств.

У роботах науковців, М. Войнаренка, Н. Пономарьова [11], аналізується проблематика застосування МСБО 2 «Запаси» в українській практиці обліку. Окрема увага приділяється тому, як різні вимоги міжнародних стандартів впливають на облік запасів на підприємствах з різною специфікою діяльності. Автори підкреслюють, що для успішного застосування МСБО 2 необхідно удосконалити облікову систему та навчити бухгалтерів нових стандартів.

У дослідженнях автор Н.І. Верхоглядова [12], акцентує питання на тому, що МСБО 2 може забезпечити більш прозорий та точний облік товарів. Автор наводить приклади з інших країн, де застосування МСБО 2 дозволило підвищити довіру до фінансової звітності та зменшити кількість помилок у розрахунках.

Дослідження науковця показують, що стандартизація на міжнародному рівні є важливим кроком до залучення іноземного капіталу.

Важливе значення мають роботи закордонних учених, таких як Хендріксена М. [13], в яких проводиться порівняльний аналіз обліку запасів в різних країнах. Автор показує, що стандартизація облікових процедур за МСБО 2 спрощує обмін інформацією між підприємствами з різних країн, що особливо важливо для транснаціональних корпорацій та міжнародного бізнесу.

В Україні облік запасів регулюється НП(С)БО 9 «Запаси» [14], який має певні особливості порівняно з міжнародним стандартом – МСБО 2 «Запаси» [15]. Однак відмінності у підходах до оцінки, визнання та обліку запасів можуть призводити до різного трактування та розуміння фінансової звітності вітчизняними і міжнародними користувачами.

Проблема полягає у виявленні основних розбіжностей між НП(С)БО 9 та МСБО 2 і в оцінці їх впливу на фінансові результати українських підприємств. Важливо також дослідити, які наслідки ці розбіжності можуть мати для підприємств, що планують вихід на міжнародні ринки або співпрацю з іноземними інвесторами.

Проведемо порівняння обох стандартів щодо визнання, оцінки та відображення запасів у фінансовій звітності.

Таблиця 1.3. — Характеристика НП(С)БО 9 «Запаси» та МСБО 2 «Запаси»

| <b>Критерій</b>                | <b>НП(С)БО 9</b>  | <b>МСБО 2</b>   | <b>Відмінності</b>            |
|--------------------------------|---|---|-------------------------------|
| <b>Визнання запасів</b>        | - Актив, якщо:<br>1) очікується отримання економічних вигід;<br>2) вартість достовірно визначена.   | - Актив, якщо:<br>1) очікується отримання економічних вигід;<br>2) вартість достовірно визначена.   | Критерії визнання збігаються. |
| <b>Первісна оцінка запасів</b> | - Собівартість, що включає:<br>1) витрати на придбання;<br>2) витрати на переробку;<br>3) інші витрати, пов'язані з доведенням до стану готовності. | - Собівартість, що включає:<br>1) витрати на придбання;<br>2) витрати на переробку;<br>3) інші витрати, пов'язані з доведенням до стану готовності. | Методологія збігається.       |



| <b>Критерій</b>                        | <b>НП(С)БО 9</b>  | <b>МСБО 2</b>   | <b>Відмінності</b>  |
|--|---|---|---|
| <b>Поточна оцінка запасів</b>          | - Найменша з двох величин: собівартість або чиста вартість реалізації (ЧВР).  | - Найменша з двох величин: собівартість або ЧВР.  | Методологія збігається.   |
| <b>Методи списання запасів</b>         | - Ідентифікована собівартість;<br><br>- ФІФО;<br><br>- Середньозважена собівартість;<br><br>- Нормативні витрати;<br>- Ціна продажу (для торгівлі).<br>- Очікувана ціна | - ФІФО;<br><br>- Середньозважена собівартість.  | НП(С)БО 9 пропонує ширший вибір методів:<br>- нормативні витрати,<br>- ціна продажу для підприємств торгівлі. |
| <b>Чиста вартість реалізації (ЧВР)</b> | продажу мінус витрати на завершення та реалізацію.  | - Очікувана ціна продажу мінус витрати на завершення та реалізацію.   | Методологія збігається.   |
| <b>Відображення у звітності</b>        | - Балансова вартість: найменша із собівартості або ЧВР.<br><br>- У звітності розкриваються дані про склад та оцінку запасів.  | - Балансова вартість: найменша із собівартості або ЧВР.<br><br>- У примітках до звітності розкривається облікова політика, структура запасів, суми списань. | МСБО 2 вимагає детальнішого розкриття інформації у примітках.   |

НП(С)БО 9 «Запаси» встановлює порядок обліку та оцінки запасів для підприємств, що ведуть облік відповідно до національних стандартів. Основною метою стандарту є надання підприємствам можливості об'єктивно відобразити вартість запасів у фінансовій звітності. МСБО 2 «Запаси» має аналогічну мету – регулювання обліку та оцінки запасів для забезпечення прозорості та достовірності фінансової звітності.

Обидва стандарти пропонують оцінювати запаси за первісною вартістю, але їх підходи до визначення цієї вартості мають певні особливості. Так у НП(С)БО 9 первісна вартість запасів включає витрати на придбання, витрати на доставку та інші витрати, що безпосередньо пов'язані з доведенням запасів до стану, в якому вони можуть бути використані. МСБО 2 до первісної вартості

включає витрати на придбання, витрати на переробку та інші витрати. Однак МСБО 2 надає більш детальні вказівки щодо розподілу загальних витрат на переробку і враховує можливість застосування інших підходів для оцінки витрат на доставку.

Важливим аспектом обліку запасів є вибір методу оцінки при їхньому списанні. Обидва стандарти пропонують методи ФІФО (першим прийшов – першим пішов) і середньозваженої вартості, але мають деякі відмінності.

Національний стандарт дозволяє підприємствам в діяльності використовувати методи ФІФО, середньозваженої вартості або ідентифікованої собівартості. Метод LIFO (останнім прийшов – першим пішов) не дозволений, оскільки він не відповідає економічній суті процесу оцінки. Міжнародний стандарт, також дозволяє використання методів ФІФО, середньозваженої вартості та ідентифікованої собівартості для конкретних видів запасів, однак, як і НП(С)БО 9, забороняє використання методу LIFO.

Після первісного визнання запаси оцінюються за найнижчою з двох величин: собівартістю або чистою вартістю реалізації. Так НП(С)БО 9 передбачає оцінку запасів на кінець звітного періоду за найнижчою з вартості або чистої вартості реалізації. Якщо чиста вартість реалізації менша за собівартість, запаси уцінюються, і уцінка відображається у складі витрат звітного періоду.

МСБО 2 має аналогічний підхід, але акцентує на необхідності регулярного аналізу чистої вартості реалізації і враховує можливість коригування оцінки у випадку підвищення ринкових цін. У разі відновлення чистої вартості реалізації запаси можуть бути дооцінені.

Розкриття інформації у фінансовій звітності забезпечує прозорість облікових процедур і допомагає зацікавленим сторонам приймати обґрунтовані рішення. Так наприклад НП(С)БО 9 вимагає розкриття інформації про загальну суму запасів, методи оцінки та вартість запасів, які враховані на основі різних

методів. Проте національний стандарт не встановлює вимоги щодо розкриття інформації про причини уцінки або дооцінки запасів. МСБО 2 надає більш детальні вимоги до розкриття інформації. Вимагається розкривати інформацію про зміну оцінки запасів, причини уцінки або дооцінки, а також методи, що використовуються для визначення вартості запасів. Такий підхід забезпечує більш глибоке розуміння облікових політик підприємства.

Основні відмінності між НП(С)БО 9 і МСБО 2 стосуються подальшої оцінки запасів, методів списання та обсягу інформації, що розкривається у фінансовій звітності. МСБО 2 орієнтований на більш детальне розкриття інформації, що сприяє прозорості та підвищенню довіри до фінансової звітності. У випадках, коли підприємства переходять з НП(С)БО на МСБО, ці відмінності можуть призвести до коригувань фінансових показників.

Порівняльний аналіз НП(С)БО 9 та МСБО 2 показав, що міжнародний стандарт надає більш гнучкий і прозорий підхід до оцінки та розкриття інформації про запаси. Для українських підприємств адаптація обліку до вимог МСБО 2 може сприяти підвищенню якості фінзвітності, що є особливо актуальним для підприємств, орієнтованих на міжнародне співробітництво. Впровадження міжнародних стандартів, таких як МСБО 2, сприятиме гармонізації національної системи обліку із загальноприйнятими світовими практиками.

Товари як об'єкт обліку є важливим елементом оборотних активів в частині запасів, і правильність їх обліку визначає фінансовий результат підприємства. У міжнародному контексті визнання та оцінка товарів регулюються МСБО 2 «Запаси», тоді як в Україні діє НП(С)БО 9 «Запаси».

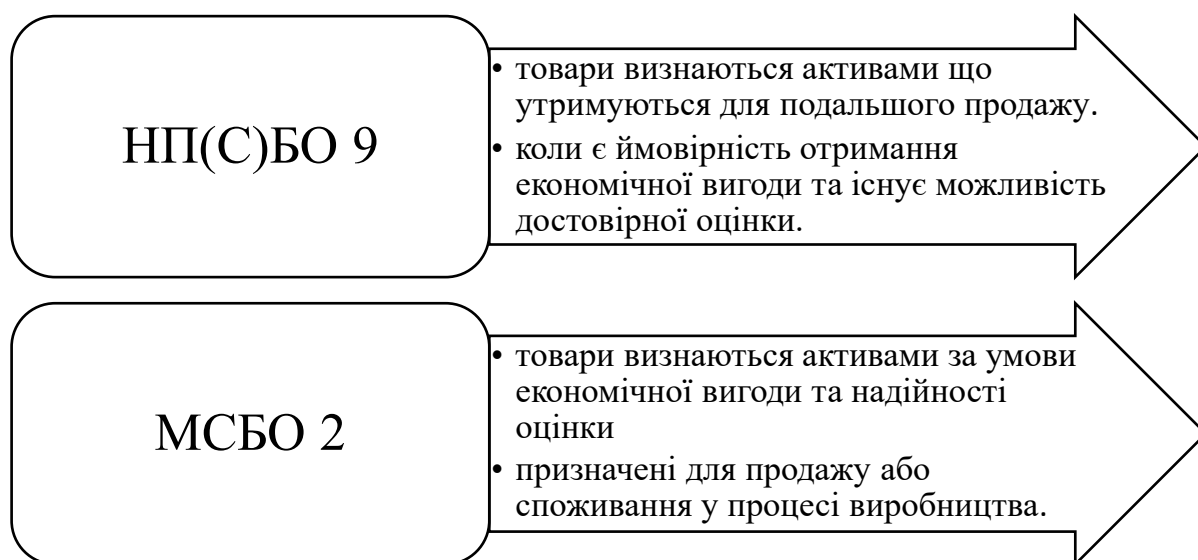


Рисунок 1.7. — Критерії визнання товарів відповідно до стандартів

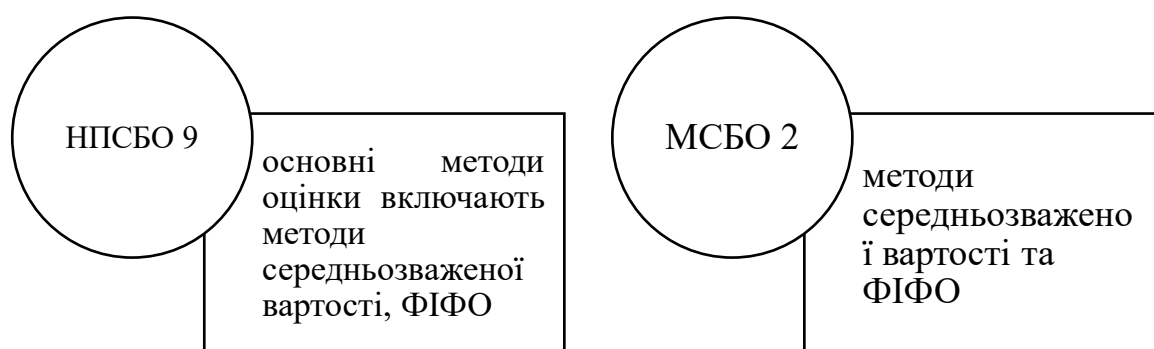


Рисунок 1.8. — Методи оцінки товарів

Проведений порівняльний аналіз виявив як спільні риси, так і ключові відмінності між НП(С)БО 9 та МСБО 2 у підходах до обліку товарів.

Обидва стандарти — НП(С)БО 9 та МСБО 2 — передбачають, що товари визнаються активом, коли існує ймовірність отримання економічних вигоди та можливість достовірної оцінки їхньої вартості. Такий підхід забезпечує відображення товарів як запасів, є важливим компонентом відображення оборотних активів у фінансовій звітності як за нац\стандартами так і за міжнародними.

Існують значні розбіжності між НП(С)БО 9 та МСБО 2 щодо методів оцінки. Хоча обидва стандарти дозволяють використовувати методи середньозваженої вартості та ФІФО при вибуття товарів. Вибір методу оцінки

товарів впливає на собівартість реалізованих запасів, а отже, і на фінансові результати підприємства. За різних економічних умов застосування того чи іншого методу може істотно змінювати звітні показники:

- рентабельності;
- ліквідності.

Тому вибір методу оцінки впливає на результат проведення аналізу фінансової звітності.

Основні розбіжності між НП(С)БО 9 «Запаси» та МСБО 2 «Запаси», варто враховувати при веденні бухгалтерського обліку. В частині оцінки запасів на дату балансу відповідно до МСБО 2 запаси відображаються за найменшою з вартостей

- собівартістю
- чистою вартістю реалізації (ціною, яку можна отримати за товар за вирахуванням витрат на продаж).

Це забезпечує консервативний підхід, за яким вартість запасів не перевищує суму, яку можна отримати від їхнього продажу.

НП(С)БО 9 також використовує принцип найменшої вартості, але може допускати деякі специфічні національні коригування, які відрізняються від міжнародного підходу до визначення чистої вартості реалізації.

Розбіжності між НП(С)БО 9 та МСБО 2 підкреслюють важливість гармонізації українських стандартів з міжнародними для досягнення більшої сумісності та прозорості фінансової звітності українських підприємств на міжнародному рівні. Це особливо актуально для компаній, які прагнуть до співпраці з іноземними інвесторами або планують вихід на міжнародні ринки.

Впровадження МСБО 2 на українських підприємствах підвищить об'єктивність фінансової звітності, сприятиме залученню інвестицій і полегшить порівняння фінансових показників з аналогічними підприємствами інших країн. Це також дозволить уникнути неоднозначностей в інтерпретації фінансових результатів.

Гармонізація українських стандартів з міжнародними сприятиме покращенню фінансової прозорості та привабливості українських підприємств для інвесторів. Проте для ефективного переходу на міжнародні стандарти необхідно адаптувати практичні рекомендації та врахувати специфіку національної економіки.

Отже, проведений аналіз показує, що адаптація МСБО 2 в Україні є важливим кроком для підвищення довіри до фінансової звітності українських компаній. Водночас, врахування національної специфіки та поступове впровадження міжнародних стандартів дозволять максимально ефективно використовувати переваги інтеграції до світової економіки.

Таким чином зробимо висновки по розділу. Товар відіграє центральну роль в управлінні підприємством, оскільки він є основним елементом ринкової пропозиції, конкурентної стратегії та інноваційного розвитку. Наукові підходи до визначення товару варіюються від класичних економічних до сучасних маркетингових та інституційних концепцій, кожен з яких дає важливі інструменти для розуміння і управління товаром на підприємстві. Інтеграція цих підходів дозволяє підвищити ефективність управління підприємством та забезпечити стійку конкурентоспроможність на ринку.

Провівши дослідження можемо зробити нове визначення економічної категорій товар. Згідно з національним стандартом (НП(С)БО 9 «Запаси»)-товари — це матеріальні активи підприємства, що зберігаються для подальшого продажу в процесі звичайної господарської його діяльності. Вони є частиною оборотних активів та підлягають обліку за собівартістю або чистою вартістю реалізації (меншою з двох).

Згідно з міжнародним стандартом (МСБО 2 «Запаси») - товари визначаються як активи, що утримуються для продажу в процесі звичайної діяльності, включаючи готову продукцію, незавершене виробництво, а також матеріали, призначені для використання у виробництві чи надання послуг. Оцінка товарів проводиться за найменшою з вартостей — собівартістю або чистою вартістю реалізації.

Обидва визначення підкреслюють роль товарів як активів, що призначені для подальшого продажу або споживання у виробництві. Однак у міжнародних стандартах йде додаткова деталізація класифікації товарів за функціями в процесі діяльності.

Тому можемо запропонувати нове тлумачення економічної категорії «товар». Товар як актив підприємства – це ресурси, що контролюються суб'єктом господарювання, мають вартісну оцінку та утримуються з метою подальшого продажу для отримання економічної вигоди, при цьому їх облік здійснюється відповідно до методології, визначеної НП(С)БО та МСБО.

Отже, гармонізації національних стандартів із міжнародними є важливою частиною для забезпечення єдиної системи оцінки запасів. За допомогою даного процесу підприємства можуть підвищити порівнянність фінансової звітності, що сприятиме інтеграції українських підприємств у глобальний ринок.

## 2 МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ОБЛІКУ ТОВАРІВ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ОПОДАТКУВАННЯ ТОВ ТЕХМАРК

### 2.1 Особливості діяльності та організації обліку на ТОВ Техмарк

ТОВ «Техмарк» (ЄДРПОУ 30299147) зареєстроване в м. Кривий Ріг, Дніпропетровська область, за адресою: просп. Гагаріна, 35, приміщення 54. Основний напрямок діяльності підприємства включає виконання робіт з монтажу, ремонту й обслуговування різного обладнання, зокрема:

- Монтаж водопровідних мереж, систем опалення та кондиціонування (КВЕД 43.22).
- Ремонт побутових приладів, домашнього та садового обладнання (КВЕД 95.22).
- Оптова торгівля іншими машинами та устаткуванням (КВЕД 46.69).
- Ремонт і технічне обслуговування промислових машин і устаткування (КВЕД 33.12).
- Установлення та монтаж машин і устаткування (КВЕД 33.20).

Підприємство працює з 1999 року і має невеликий штат, що складається з трьох працівників. Основні завдання ТОВ «Техмарк» полягають у забезпеченні клієнтів якісними послугами з монтажу та обслуговування інженерних систем і устаткування. ТОВ «Техмарк» є багатопрофільним підприємством, яке надає широкий спектр послуг у сфері інженерних систем та ремонту обладнання.

Завдяки широкому спектру послуг, ТОВ «Техмарк» може працювати з різними об'єктами: житловими будинками, промисловими підприємствами, офісами тощо. Компанія пропонує повний цикл послуг, починаючи від монтажу інженерних систем і закінчуючи ремонтом побутової техніки. Спрямованість на різні сегменти ринку (побутові клієнти, промислові підприємства) передбачає індивідуальний підхід до кожного клієнта.

ТОВ «Техмарк», як багатопрофільне підприємство, що займається монтажем, ремонтом та торгівлею, має ряд специфічних особливостей. На рис.2.1. наведені основні покупці та постачальники підприємства.



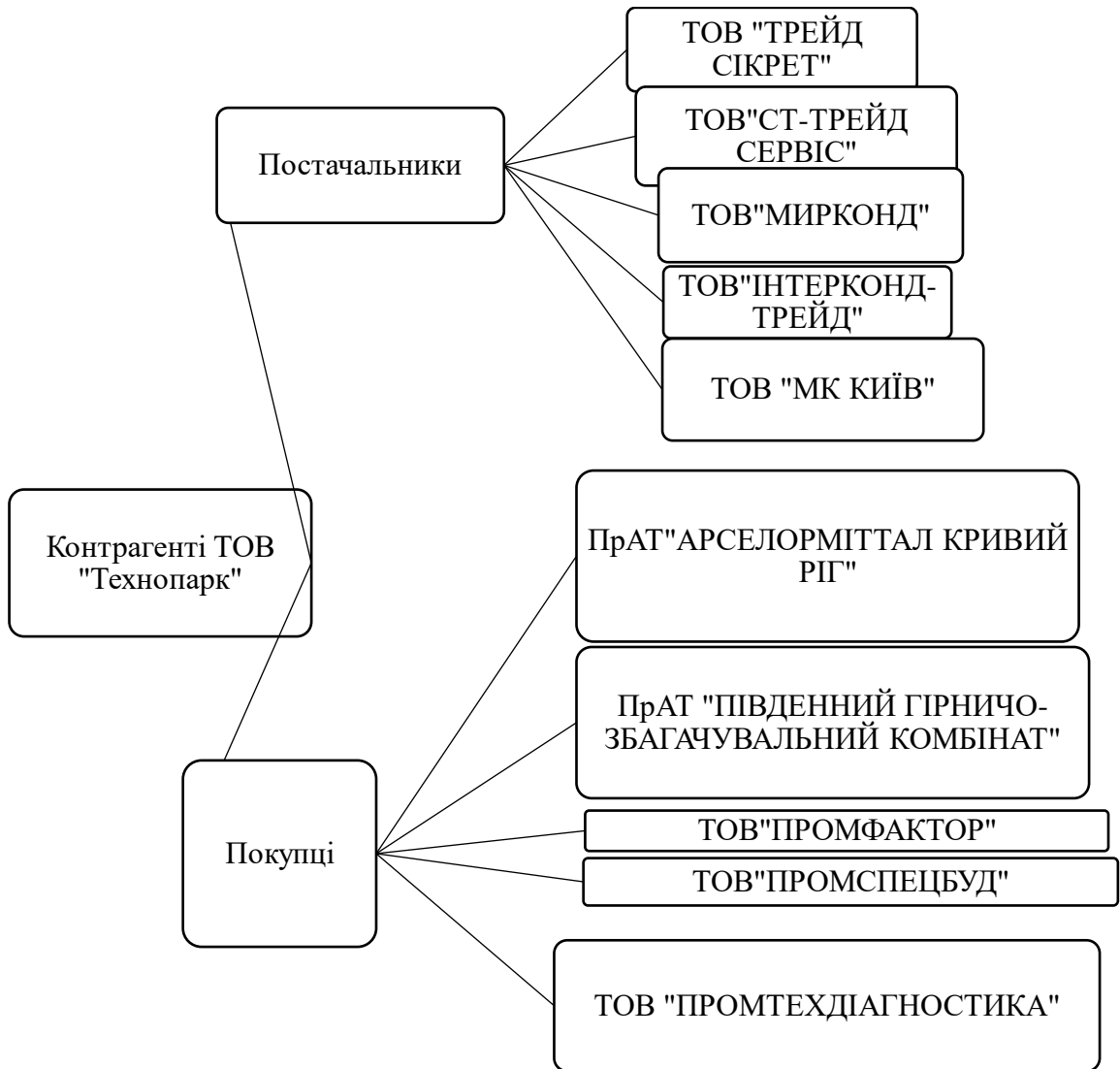


Рисунок 2.1— Основні контрагенті ТОВ Техмарк

Підприємство, яке має невелику кількість господарських операцій і штат із трьох працівників, використовує спрощену форму обліку яка автоматизована програмою типу BAS Бухгалтерія. У ТОВ «Техмарк» облік веде штатний бухгалтер, який відповідає за всі аспекти фінансової звітності, зокрема облік доходів, витрат, розрахунки із замовниками та постачальниками.

Специфіка діяльності (монтаж інженерних систем, ремонт обладнання) передбачає облік витрат на виконання замовлень, який може бути організований за проектним принципом. Матеріальні цінності, які використовуються для монтажу або ремонту (запчастини, обладнання), враховуються за собівартістю та списуються після використання на проекти або продажу. Устаткування,

інструменти та машини для технічного обслуговування враховуються як основні засоби та амортизуються відповідно до облікової політики.

Підприємство займається монтажем, ремонтом і торгівлею, тому групує облік доходів і витрат за різними напрямками. Роботи з монтажу й обслуговування часто оплачуються після виконання, тому підприємство веде контроль за дебіторською заборгованістю в програмі BAS Бухгалтерія.

Підприємство ТОВ «Техмарк» оподатковується на загальній системі. Вони сплачують податок на прибуток в розмірі 18% та ПДВ 20%.

Як бачимо організація обліку на підприємстві ТОВ «Техмарк» має ряд специфічних особливостей, які пов'язаних з багатопрофільністю його діяльності.

## 2.2 Аналіз основних економічних показників діяльності ТОВ «Техмарк» та оцінка його фінансового стану

Для оцінки економічної діяльності ТОВ "Техмарк" проаналізуємо основні показники які наведенні у фінансовій звітності (дод.А,Б,В), відхилення між роками та причини змін. Дані представлені в тисячах гривень.

Таблиця 2.1— Аналіз основних показників підприємства за 2021-2023рр.

| Показники  | 2021р     | 2022р    | 2023р  | Відхилення<br>2022\2021 | Відхилення<br>2023\2022 | %           |
|--|-----------|----------|--------|-------------------------|-------------------------|-------------|
| Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | 12 395,70 | 3 557,30 | 810,30 | -8838,4                 | -2747                   | -<br>77,67% |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)   | 7 950,60  | 2046,8   | 454,00 | -5903,8                 | -1592,8                 | -<br>77,86% |
| Інші операційні витрати  |           | 1012,5   | 344,50 | 1012,5                  | -668                    | -<br>66,08% |
| Інші витрати   | 1492,2    |          |        | 1492,2                  | -1492,2                 | -100%       |
| Фінансовий результат до оподаткування                          | 2 952,90  | 498,00   | 11,80  | -2454,9                 | -486,2                  | -<br>97,62% |
| Податок на прибуток  | 531,5     | 89,6     | 2,10   | -441,9                  | -87,5                   | -<br>97,81% |
| Чистий прибуток  | 2 421,40  | 408,40   | 9,70   | -2013                   | -398,7                  | -<br>97,87% |

Спостерігається стрімке зниження чистого доходу протягом аналізованого періоду. Це може свідчити про зменшення обсягів продажів за рахунок бойових дія в Україні та зниження попиту на товари та послуги підприємства. Собівартість реалізованої продукції зменшилась пропорційне з доходами, що свідчить про адекватну адаптацію витрат до зниження обсягів реалізації.

Зростання інших операційних витрат у 2022 році пов'язано з додатковими витратами на маркетинг, адміністративні витрати. Зниження інших витрат у 2023 році пов'язано зі скороченням обсягів діяльності.

Найбільш тривожним є різке зниження фінансового результату до оподаткування, податку на прибуток та чистого прибутку. Фінансовий результат до оподаткування різко впав у 2022 році (-2454.9 тис. грн) і майже зник у 2023 році. Це свідчить про кризу рентабельності. Чистий прибуток скоротився у 2022 році на 2013.0 тис. грн та ще на 398,7 тис. грн у 2023 році. Це підтверджує значний негативний вплив на фінансову стабільність.

Проведемо аналіз активів підприємства за три роки.

Таблиця 2.2— Горизонтальний аналіз активів підприємства

| Актив  | 2021   | 2022   | 2023   | +/-<br>2021/2022 | +/-<br>2021/2032 | %           |
|--|--------|--------|--------|------------------|------------------|-------------|
| Основні засоби   | 39,70  | 39,70  | 39,70  | 0                | 0                | 0%          |
| Запаси   | 377,10 | 352,50 | 249,60 | -24,6            | -102,9           | -<br>29,17% |
| Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги | 737,10 | 29,20  | 33,20  | -707,9           | 4                | -<br>13,62% |
| Гроші та їх еквіваленти  | 319,9  | 42,00  | 22,4   | -277,9           | -19,6            | -<br>46,64% |

Вартість основних засобів ТОВ "Техмарк" є стабільною протягом трьох років. Спостерігається стійке зниження вартості запасів, у 2022 році зменшились на 6.5%, у 2023 — ще на 29.2%, що може свідчити про зниження обсягів діяльності. Дебіторська заборгованість у 2022 році майже зникла на 96.0%, але в 2023 трохи зросла на 13,62%. Значне зниження дебіторської заборгованості у

2022 році свідчить про зменшення обсягів продажів із за війни в Україні. Спостерігається стійке зниження грошових коштів та їх еквівалентів. Значно зменшились у 2022 (-86.9%) та 2023 роках (-46.7%), що пов'язано зі зниженням ліквідності підприємства.

Вертикальний аналіз дозволяє оцінити структуру активів підприємства, тобто питому вагу кожного активу у загальній сумі активів.

Таблиця 2.3— Вертикальний аналіз (структура активів у %)

| Актив                                   | 2021          | 2022          | 2023          |
|---|---------------|---------------|---------------|
| Основні засоби                          | 2.7%          | 8.6%          | 11.5%         |
| Запаси                                  | 25.6%         | 76.1%         | 72.4%         |
| Дебіторська заборгованість за продукцію | 50.0%         | 6.3%          | 9.6%          |
| Гроші та їх еквіваленти                 | 21.7%         | 9.1%          | 6.5%          |
| <b>Разом активів</b>                    | <b>100.0%</b> | <b>100.0%</b> | <b>100.0%</b> |

Запаси протягом усього періоду займали найбільшу частку в структурі активів. Зниження їх частки у 2023 році свідчить про зменшення обсягів виробництва. Зменшення частки дебіторської заборгованості свідчить про зменшення обсягів продажів. Незначні зміни в структурі інших активів таких як основних засобів та грошей та їх еквівалентів свідчать про стабільність їх в структурі активів.

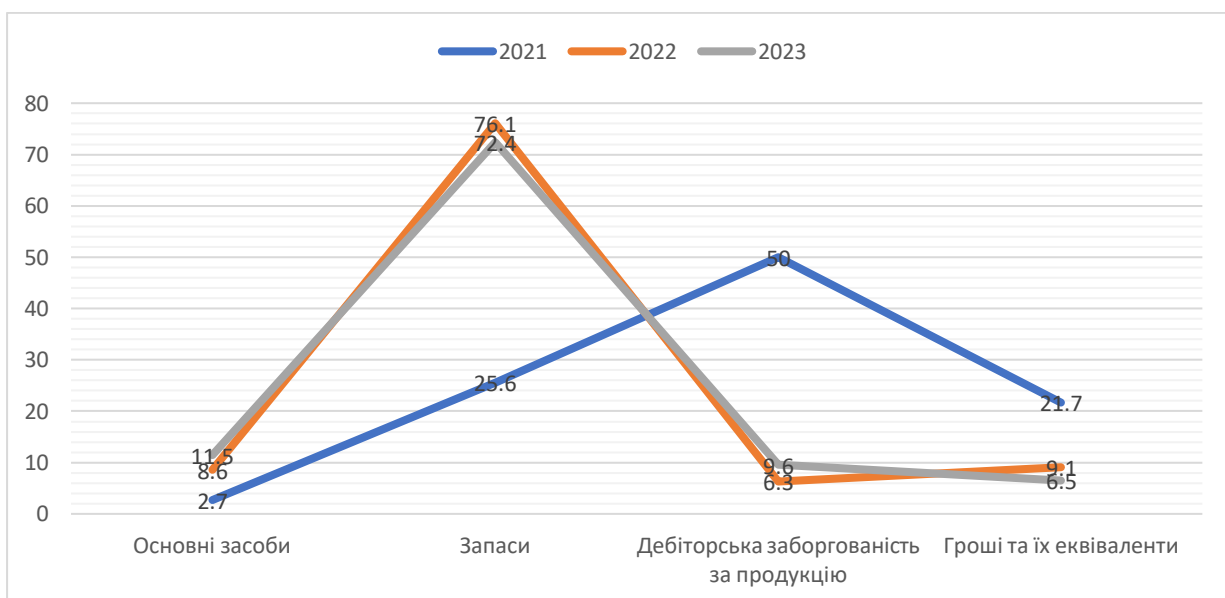


Рисунок 2.2 — Динаміка структури активів підприємства за 2021-2023рр.

Динаміка показала, що на ТОВ "Техмарк" частка ОЗ в активах зростала, досягнувши 11.5% у 2023 році через зменшення оборотних активів. Запаси залишаються основною складовою активів, хоча їх частка знизилась у 2023 році через зменшення запасів. Частка грошей значно зменшилася, що свідчить про зниження ліквідності.

Таким чином спостерігається загальна тенденція до зниження ліквідності активів, що свідчить про проблеми з реалізацією продукції, труднощі зі стягненням дебіторської заборгованості.

Проведемо горизонтальний аналіз, який дозволяє оцінити динаміку зміни кожного пасиву у абсолютних та відносних величинах за аналізований період.

Таблиця 2.4— Горизонтальний аналіз (динаміка змін) пасивів ТОВ «Техмарк»

| Пасив  | 2021     | 2022   | 2023   | +/-<br>2021/2022 | %     | +/-<br>2022/2023 | %     |
|--|----------|--------|--------|------------------|-------|------------------|-------|
| Зареєстрований (пайовий) капітал                       | 20,6     | 20,6   | 20,6   | 0                | 0     | 0                | 0     |
| Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)            | 1 054,20 | 351,00 | 360,70 | -703,2           | 66,7  | +9,7             | +2,8  |
| Короткострокові кредити банків                         | 211,9    | 16,3   | x      | -195,6           | -92,3 | -16,3            | x     |
| Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги | 187,1    | 83,2   | 40     | -103,9           | -55,5 | -43,2            | -51,9 |
| Інші поточні зобов'язання                              | x        | 343,9  | 51,4   | +343,9           | x     | -292,5           | -85,0 |

Аналіз показав, що зареєстрований капітал не змінювався протягом усього періоду та складає 20,6 тис.грн.

Спостерігається значне зниження нерозподіленого прибутку у 2022 році, що свідчить про збиткову діяльність підприємства. Незначне зростання у 2023 році пов'язано з отриманням невеликого прибутку у розмірі 9,7 тис. грн. На підприємстві спостерігається повне погашення короткострокових кредитів банків у 2023 році, що свідчить про покращення фінансового стану підприємства.

На ТОВ «Техмарк» йде за три роки зниження кредиторської заборгованості за товари, роботи, послуги, що свідчить про зменшення обсягів за купівель.

Вертикальний аналіз дозволяє оцінити структуру пасивів підприємства, тобто питому вагу кожного пасиву у загальній сумі пасивів.

Таблиця 2.5— Вертикальний аналіз структури пасивів ТОВ «Техмарк» (у %)

| Пасив                                       | 2021          | 2022          | 2023          |
|---|---------------|---------------|---------------|
| Зареєстрований (пайовий) капітал            | 1.4%          | 2.5%          | 4.4%          |
| Нерозподілений прибуток (непокритий збиток) | 71.5%         | 43.1%         | 76.3%         |
| Короткострокові кредити банків              | 14.4%         | 2.0%          | 0.0%          |
| Зобов'язання за товари, роботи, послуги     | 12.7%         | 10.2%         | 8.5%          |
| Інші поточні зобов'язання                   | 0.0%          | 42.2%         | 10.9%         |
| <b>Разом пасивів</b>                        | <b>100.0%</b> | <b>100.0%</b> | <b>100.0%</b> |

Структура пасивів підприємства зазнала значних змін протягом аналізованого періоду. Значне зростання частки інших поточних зобов'язань у 2022 році може свідчити про збільшення короткострокових зобов'язань перед постачальниками, державним бюджетом або іншими кредиторами. Зменшення частки короткострокових кредитів та заборгованості за товари, роботи, послуги свідчити про покращення ліквідності підприємства.

Побудую графік для ілюстрації змін у структурі пасивів підприємства.

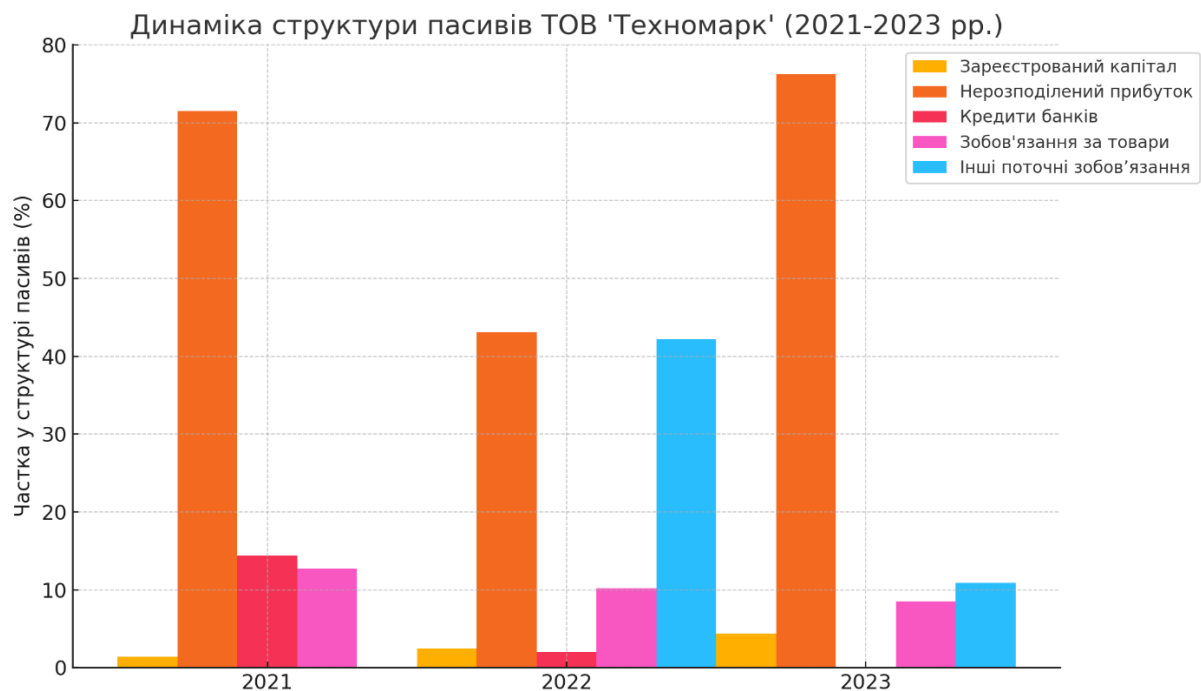


Рисунок 2.3 — Динаміка структури пасивів підприємства за 2021-2023рр.

Графік ілюструє зміни у структурі пасивів ТОВ "Техмарк" за 2021–2023 роки. Видно, що основні зміни відбулися в категоріях нерозподілений прибуток у 2022 році суттєво зменшився, але у 2023 році відновився. Короткострокові кредити банків значно зменшилися, поки повністю не зникли у 2023 році. Інші поточні зобов'язання у 2022 році бачимо різке зростання та суттєве зниження у 2023 році.

Для проведення більш детального аналізу фінансового стану підприємства розрахуємо ряд ключових коефіцієнтів ліквідності та фінансової стійкості. Результати аналізу фінансових коефіцієнтів ТОВ "Техмарк" за 2021–2023 роки представлені у таблиці 2.6

Таблиця 2.6—Аналіз фінансового стану підприємства.

| Рік  | Коефіцієнт фінансової стійкості | Коефіцієнт швидкої ліквідності | Коефіцієнт абсолютної ліквідності | Коефіцієнт фінансової незалежності | Коефіцієнт поточних зобов'язань |
|------|---------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|------------------------------------|---------------------------------|
| 2021 | 2.694                           | 2.649                          | 0.802                             | 0.729                              | 0.271                           |
| 2022 | 0.838                           | 0.161                          | 0.095                             | 0.802                              | 0.957                           |
| 2023 | 4.172                           | 0.608                          | 0.245                             | 1.106                              | 0.265                           |

Коефіцієнт фінансової стійкості збільшився з 2022 до 2023 року, що свідчить про значне зростання власного капіталу у порівнянні з зобов'язаннями.

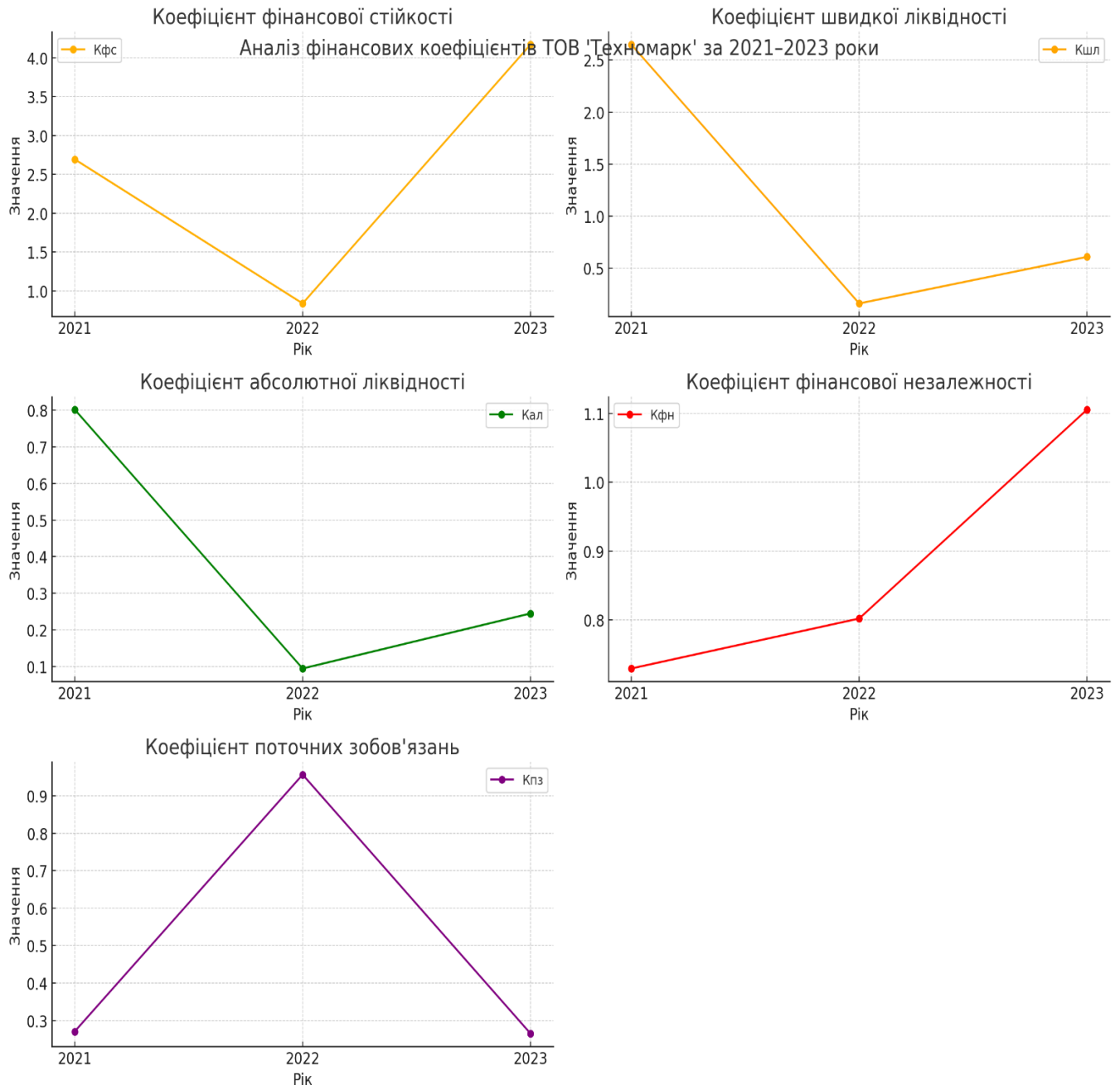
Коефіцієнт швидкої ліквідності у 2022 році значно зменшився, що вказує на нестачу ліквідних активів для покриття поточних зобов'язань. У 2023 році показник дещо покращився.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності залишався низьким протягом аналізованого періоду, що свідчить про обмежену здатність підприємства миттєво покривати зобов'язання.

Коефіцієнт фінансової незалежності збільшився у 2023 року, що є позитивним сигналом стійкості підприємства.

Коефіцієнт поточних зобов'язань у 2022 році показник був високим (0.957), що свідчить про залежність підприємства від короткострокових зобов'язань. У 2023 році зменшився, що демонструє зниження цієї залежності.

Побудуємо динаміку показників фінансового стану підприємства за три роки.



Рисунк 2.4 — Динаміка фінансового стану підприємства.

Коефіцієнт фінансової стійкості у 2021 році був високим, що свідчить про значну перевагу власного капіталу над зобов'язаннями. У 2022 році він різко знизився (0.84), вказуючи на зростання короткострокових зобов'язань відносно власного капіталу. У 2023 році показник значно покращився (4.17), що свідчить про зменшення зобов'язань та стабільність фінансового стану.

Зниження коефіцієнт швидкої ліквідності в 2022 році до критичного рівня (0.16) є індикатором низької ліквідності через недостатність швидколіквідних активів.



У 2023 році спостерігається певне покращення до 0.61, хоча значення залишається нижче нормативного рівня (1.0).

Коефіцієнт абсолютної ліквідності протягом аналізованого періоду залишався низькими (2021: 0.80; 2022: 0.10; 2023: 0.25), що свідчить про обмежену можливість підприємства швидко покривати зобов'язання за рахунок грошових коштів.

У 2021 році підприємство демонструвало прийнятний рівень автономії (0.73) за рахунок коефіцієнту фінансової незалежності. У 2023 році показник перевищив 1.0 (1.11), що є позитивним результатом і свідчить про повне покриття активів власним капіталом.

Коефіцієнт поточних зобов'язань у 2022 році спостерігається критичний рівень (0.96), що свідчить про високу залежність підприємства від поточних зобов'язань. У 2023 році показник знизився до 0.27, що свідчить про стабілізацію фінансового стану.

Таким чином зробимо висновок, що ТОВ "Техмарк" покращило свій фінансовий стан у 2023 році порівняно з критичним 2022 роком. Особливо помітно зросли показники фінансової стійкості та незалежності. Однак коефіцієнти ліквідності залишаються на низькому рівні, що вимагає оптимізації управління оборотними активами.

Проведений фінансовий та економічний аналіз показників підприємства демонструють значні коливання від року до року, що свідчить про нестабільність його фінансового стану. Низькі значення коефіцієнтів ліквідності свідчать про труднощі підприємства зі швидким погашенням своїх короткострокових зобов'язань. Це може призвести до затримки платежів постачальникам, кредиторам та виникнення проблем з безперебійною діяльністю. Зміни у коефіцієнтах фінансової стійкості вказують на зміни у структурі капіталу підприємства. Хоча в 2023 році спостерігається зростання частки власного капіталу, загалом фінансова незалежність підприємства залишається на помірному рівні. Загалом, ТОВ "Техмарк" демонструє покращення фінансової стійкості, однак підприємству необхідно працювати над ліквідністю, ефективністю використання активів і забезпеченням стабільного фінансового результату.

### 2.3. Бухгалтерський облік товарів на ТОВ "Техмарк"

Облік на ТОВ "Техмарк" ведеться відповідно до єдиних методологічних принципів, встановлених ЗУ «Про бух/облік і фін/звітність в Україні», НПСБО, а також іншими НПА.

Ключовим елементом системи бух/обліку є ОП, яка визначає основні принципи її функціонування, сприяючи ефективності облікового процесу та забезпечуючи його відповідність законодавчим вимогам і потребам підприємства. Облікова політика підприємства — це сукупність принципів, методів і процедур, обраних суб'єктом господарювання для ведення обліку та складання звітності відповідно до чинного законодавства і діяльності підприємства. ОПІ слугує інструментом оптимізації облікового процесу, забезпечуючи адекватне відображення фінансово-господарських операцій, раціональне використання ресурсів і задоволення інформаційних потреб внутрішніх та зовнішніх користувачів.

На підприємстві затверджено облікова політика яка наведена у дод. Д.

Бухгалтерський облік товарів на підприємстві починається з первинного процесу. Процес первинного обліку — це початковий етап бухгалтерського обліку. Процес передбачає фіксацію фактів здійснення господарських операцій у первинних документах, перевірку їх достовірності та законності. До обов'язків бухгалтера входить перевірка впорядкування документів до господарських операції з подальшим відображення у системі рахунків бух/ обліку. Процес первинного обліку є основою для формування повної, правдивої та достовірної інформації про діяльність підприємства.

Процес оформлення купівлі та продажу товару на ТОВ «Техмарк» наведено на рис.2.4 та 2.5

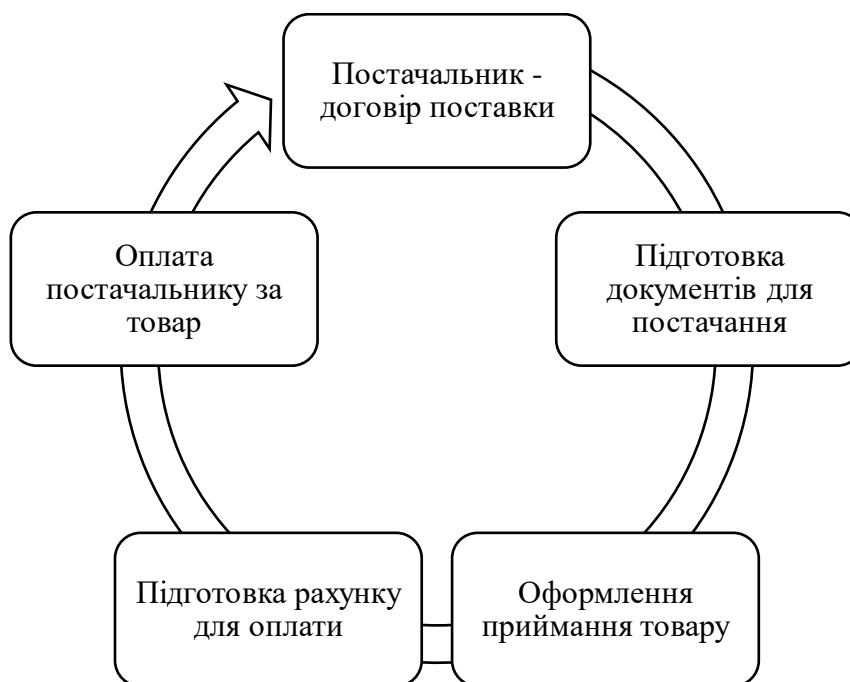


Рисунок 2.5 — Схема процесу постачання товарів на підприємстві

Між постачальниками (див.рис.2.1.) і ТОВ «Техмарк» укладається договір поставки. Договір визначає обов'язки постачальника передати товар у визначені строки та умови його використання. Умови договору включають: асортимент товару (наприклад, кондиціонери), строки поставки, порядок оплати, умови транспортування, штрафні санкції у разі порушення зобов'язань. До договору додається специфікація — детальний перелік товару з описом характеристик (назва, кількість, одинична ціна, загальна вартість).

Після укладення договору постачальник формує такі документи:

- Рахунок-фактура - виставляється покупцю для оплати товару, містить повну інформацію про товар та умови оплати.
- Накладна на поставку (у двох примірниках)- підтверджує передачу товару, зазначає обсяг, ціну та умови постачання (дод Е,Ж.)

При необхідності до документів додається сертифікат відповідності або паспорт товару.

Після доставки товару представник ТОВ «Техмарк» перевіряє відповідність товару специфікації та накладній та фізичний стан товару та відповідність заявленій кількості. У разі успішного приймання накладна підписується обома сторонами, і один примірник залишається у постачальника,

інший — у покупця. Дані про придбання вносяться до бухгалтерської системи підприємства.



Рисунок 2.6 — Схема процесу продажу товарів на підприємстві

З потенційними покупцями (див. рис.2.1.) укладається договір купівлі-продажу, в якому визначаються умови продажу: обсяг, вартість, порядок оплати, строки доставки, спосіб транспортування. Перед початком відпуску товару покупець оформляє є замовлення із зазначенням найменування товару, кількості, ціни. На основі замовлення фахівець збуту та бухгалтерія ТОВ «Техмарк» формують такі документи:

- Рахунок-фактура- виписується для оплати товару ( дод.К);
- Видаткова накладна (у двох примірниках)- підтверджує передачу товару покупцеві ( дод.Л);
- Специфікація - перелік відвантажених товарів із зазначенням характеристик і вартості.

Усі документи підписуються сторонами після передачі товару.

При відвантаженні товару копії видаткової накладної, довіреності, специфікації та рахунка-фактури залишаються в бухгалтерії ТОВ «Техмарк».

Операція з продажу фіксується в бухгалтерському обліку. У разі повернення товару складається акт повернення із зазначенням причин.

Синтетичний облік забезпечує узагальнене відображення господарської діяльності підприємства шляхом групування інформації про рух активів, зобов'язань, власного капіталу, доходів і витрат у грошовому вимірнику. Він є основою для формування фінансової звітності, включаючи баланс, звіт про фінансові результати та інші форми звітності, передбачені законодавством України.

Аналітичний облік деталізує інформацію, яка міститься на синтетичних рахунках, шляхом використання додаткових вимірників — натуральних (кількість, обсяг, маса) і трудових (години, норми праці). Він спрямований на забезпечення деталізованого управління об'єктами обліку, надаючи дані для оперативного управлінського аналізу.

Облік товарів на ТОВ «Техмарк» здійснюється відповідно до Плану рахунків бух/обліку, ЗУ «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні», а також НП(С)БО.

Синтетичні рахунки, які ТОВ «Техмарк» використовує для обліку операцій з оптової реалізації товарів є:

281 «Товари на складі»;

311 «Поточні рахунки в національній валюті»;

- 6431 «Податкові зобов'язання»;

361 «Розрахунки з вітчизняними покупцями»

681 «Розрахунки за авансами одержаними»;

702 «Дохід від реалізації товарів»

- 902 «Собівартість реалізованих товарів»

Рисунок 2.7.— Рахунки, які використовують при реалізації товарів

Придбані товари оприбутковуються на баланс ТОВ «Техмарк» за їх первісною вартістю. Згідно з вимогами НП(С)БО 9, до первісної вартості товарів включаються:

- витрати вантажно-розвантажувальні роботи;
- транспортування;
- страхування ризиків під час перевезення товарів;
- оплата інформаційних, посередницьких та інших послуг, пов'язаних із пошуком і придбанням товарів.

ТОВ «Техмарк» здійснює всі розрахунки виключно у безготівковій формі, оскільки каса на підприємстві відсутня. Облік торгової націнки на підприємстві не ведеться, а рахунок 285 «Торгова націнка» не використовується.

Бухгалтерські проведення з наявності та руху товарів на підприємстві наведені у дод.П.

На підприємстві ТОВ «Техмарк» використовується автоматизований підхід до формування облікових регістрів за допомогою програмного забезпечення «1С:Бухгалтерія 8.3». Цей програмний модуль забезпечує зручний інструмент для створення облікових звітів, зокрема оборотно-сальдової відомості за окремими рахунками.

Формування звіту «Оборотно-сальдова відомість по рахунку» здійснюється через меню програми («Звіти» → «Оборотно-сальдова відомість по рахунку»), див. дод.Р. Даний звіт є зведеним регістром, що містить дані про залишки на початок встановленого періоду, обороти за дебетом і кредитом, а також залишки на кінець періоду для кожного рахунку, передбаченого робочим планом рахунків. Інформація за субрахунками включається до підсумкових значень по основних рахунках.

Функціонал звіту дозволяє відображати дані із деталізацією за періодами часу (дні, тижні, місяці тощо). Крім того, передбачена можливість деталізації отриманого звіту, що забезпечує доступ до більш детальної інформації щодо конкретного рахунку або субрахунку.

Процес створення звіту максимально спрощений: у формі звіту потрібно обрати необхідний період і рахунок бухгалтерського обліку, після чого натиснути кнопку «Сформувати» на командній панелі. Отримані результати відображаються у зрозумілому й систематизованому вигляді, що сприяє оперативному аналізу даних і прийняттю управлінських рішень.

Вид діяльності підприємства суттєво впливає на особливості складання фінансової звітності. Показники, як тривалість операційного циклу, цикл обігу грошових коштів, специфіка виробничих процесів, оцінка галузевих ризиків та інші характеристики, є унікальними для кожного підприємства. У зв'язку з цим бухгалтер має глибоко розуміти та враховувати технологічні особливості діяльності підприємства для забезпечення точності облікових даних.

Основною метою ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності є надання користувачам повної, достовірної та об'єктивної інформації:

- про фінансовий стан підприємства
- результати діяльності;
- рух грошових коштів підприємства.

Звітним періодом для підготовки фінансової звітності вважається календарний рік. Крім того, підприємство складає проміжну фінансову звітність щоквартально, наростаючим підсумком з початку звітного року. Така звітність включає баланс та звіт про фінансові результати, що дозволяє оперативно оцінювати поточний фінансовий стан і динаміку діяльності підприємства.

Отже, фінансова звітність — це систематизована сукупність облікових даних, яка відображає фінансовий стан, результати діяльності та рух грошових коштів підприємства за визначений період. Вона формується відповідно до чинних нормативно-правових актів і стандартів бухгалтерського обліку. Фінансова звітність забезпечуючи зацікавлених користувачів (власників, інвесторів, кредиторів, державні органи тощо) достовірною, об'єктивною та релевантною інформацією для аналізу, планування та прийняття управлінських рішень.

ТОВ «Техмарк» складає фінансову звітність відповідно до НПСБО 25. Стандарт розроблений для того, щоб спростити процедуру складання фінансової звітності для малих підприємств. Стандарт дозволяє таким підприємствам використовувати спрощені форми фінансової звітності, що відповідають їх специфіці та масштабам діяльності.

НПСБО 25 стандарт призначений для :

1. Малих підприємствам. Юридичними особами, які відповідають критеріям, встановленим законодавством, що визначають малі підприємства.
2. Неприбутковим підприємствам.
3. Представництвами іноземних суб'єктів господарювання, що здійснюють свою діяльність на території України.
4. Підприємствами, які ведуть спрощений бухгалтерський облік, юридичними особами, які обрали спрощену систему оподаткування.

Отже, зробимо висновки, облік товарів на ТОВ «Техмарк» здійснюється відповідно до вимог чинного законодавства, нормативних актів та стандартів бухгалтерського обліку. Використання сучасних автоматизованих програм, таких як «1С:Бухгалтерія 8.3», забезпечує прозорість і точність відображення операцій, пов'язаних з рухом товарів, у синтетичному та аналітичному розрізах.

ТОВ «Техмарк» дотримується принципу оцінки запасів за первісною вартістю із урахуванням витрат, пов'язаних із транспортуванням, страхуванням та посередницькими послугами, що відповідає вимогам НП(С)БО 9. Відсутність касових операцій на підприємстві та перехід на безготівкові розрахунки сприяють підвищенню фінансової дисципліни. Торгову націнку підприємство не відображає, що спрощує облік товарних операцій.

Впроваджена система обліку дозволяє оперативно формувати фінансову та управлінську звітність, забезпечуючи надання користувачам достовірної інформації для прийняття управлінських рішень. Організація обліку товарів відповідає специфіці діяльності підприємства, сприяючи оптимізації процесів руху матеріальних цінностей і підвищенню ефективності операційної діяльності.



## 2.4. Особливості оподаткування операцій з придбання та реалізації товарів на ТОВ «Техмарк»

Операції з придбання та реалізації товарів на ТОВ «Техмарк» підлягають оподаткуванню відповідно до положень ПКУ, які регулюють ПДВ, податок на прибуток підприємств.

ТОВ «Техмарк», як платник ПДВ, зобов'язане вести облік операцій із придбання та реалізації товарів.

Під час придбання товарів підприємство отримує податкову накладну, яка підтверджує право на податковий кредит. Податковий кредит формується за умови, що придбання здійснюється для господарських потреб, а постачальник є платником ПДВ.

Податковий кредит – це сума ПДВ, сплачена платником податку у зв'язку з придбанням товарів, послуг або ОЗ, яка за певних умов може бути віднесена до зменшення ПЗ з ПДВ у звітному періоді. Відповідно до ПКУ, право на формування податкового кредиту виникає за умови:

- отримання податкової накладної, зареєстрованої у Єдиному реєстрі податкових накладних (ЄРПН);
- придбання товарів або послуг для господарських потреб платника податку;
- фактичного використання придбаних товарів або послуг у оподатковуваних операціях.

У разі реалізації товарів підприємство зобов'язане скласти податкову накладну та зареєструвати її в Єдиному реєстрі податкових накладних (ЄРПН). Податкове зобов'язання визначається за ставкою 20% (або іншою ставкою залежно від виду операції, передбаченої ПКУ).

Податкове зобов'язання – це сума ПДВ, яку платник податку зобов'язаний нарахувати та сплатити до бюджету у зв'язку із здійсненням оподатковуваних операцій із постачання товарів, послуг або ОЗ. Відповідно до ПКУ, податкові зобов'язання з ПДВ визначаються:

- за першою подією: датою отримання авансового платежу від покупця або датою фактичного постачання товарів чи послуг;
- виходячи з договірної (контрактної) вартості поставки, яка включає суму ПДВ.

Податкові зобов'язання відображаються у податковій накладній, яка підлягає реєстрації в ЄРПН у строки, встановлені статтею 201 ПКУ.

Таким чином, податковий кредит та податкове зобов'язання з ПДВ – це два основних поняття, які використовуються в системі податку на додану вартість. Вони відображають різні сторони податкових відносин між державою та платниками податків. ПК та ПЗ є ключовими категоріями у системі оподаткування ПДВ, які визначають порядок обчислення податку та забезпечують баланс між сплатою і відшкодуванням ПДВ.

Основним документом, який підтверджує право на податковий кредит та обчислення податкового зобов'язання, є податкова накладна (додаток М,Н). Саме в ній міститься інформація про суми податку, що підлягають віднесенню до податкового кредиту або включенню до податкового зобов'язання. Податкова накладна повинна бути зареєстрована в Єдиному реєстрі податкових накладних. Всі реквізити податкової накладної мають бути заповнені правильно і відповідати вимогам Податкового кодексу України.

Узагальнення інформації з операцій з товарами які підлягають оподаткуванню ПДВ оформляється декларацією з ПДВ. Складання декларації з ПДВ - це обов'язкова процедура для платників податку на додану вартість. Вона передбачає систематизацію даних про здійснені операції, розрахунок податкового кредиту та податкового зобов'язання, а також відображення цієї інформації у встановленій формі.

Звітним періодом для подання декларації з ПДВ для ТОВ «Техмарк» становить один календарний місяць. Декларацію підприємство подає протягом 20 календарних днів, що настають за останнім календарним днем звітного місяця. Декларація з ПДВ складається з кількох розділів, в яких відображається наступна інформація:

- загальні дані про платника податку - ідентифікаційний код, назва, адреса тощо.
- дані про податковий кредит - суми податку, що підлягають віднесенню до податкового кредиту на підставі зареєстрованих податкових накладних.
- дані про податкове зобов'язання- суми податку, що підлягають включенню до податкового зобов'язання на підставі виданих податкових накладних.
- розрахунок суми податку до бюджету- різниця між податковим зобов'язанням і податковим кредитом.

Відповідно до ПКУ сума податку, підлягає сплаті до бюджету, протягом 10 календарних днів, що настають за останнім днем граничного строку подання податкової декларації.

ТОВ «Техмарк» є платником податку на прибуток на загальних основаних. Підприємство не займається діяльністю яка підпадала під пільгове оподаткування. Об'єктом оподаткування податком на прибуток є фінансовий результат, визначений за правилами бухгалтерського обліку та скоригований на податкові різниці згідно з розділом III ПКУ. Досліджуємо підприємство відноситься до малих підприємств тому не виконує коригування фін/результату.

Витрати на придбання товарів включаються до собівартості реалізованих товарів, яка зменшує оподатковуваний прибуток. Дохід від реалізації товарів враховується у складі доходів для обчислення фінансового результату до оподаткування. По кінцю року ТОВ «Техмарк» складає декларацію з податку на прибуток. Складання декларації з податку на прибуток – це обов'язкова процедура для більшості підприємств, які отримують дохід. Вона передбачає розрахунок суми податку на прибуток, що підлягає сплаті до бюджету. Для ТОВ «Техмарк» звітним періодом для подання декларації з податку на прибуток становить календарний рік.

Декларацію підприємство подає протягом 60 календарних днів, що настають за останнім календарним днем звітного року. Наприклад, за 2024 рік декларацію потрібно подати не пізніше 28 лютого 2025 року.

Декларація з податку на прибуток має досить складну структуру і складається з багатьох розділів. Основні з них:

- Загальні дані про платника податку
- Розрахунок фінансового результату до оподаткування. В розділі підприємство відображає доходи, витрати, фінансового результату до оподаткування відповідно до облікових даних.
- Розрахунок податкових різниць. В даному розділі розраховуються тимчасові різниці, які виникають внаслідок відмінностей між бухгалтерським і податковим обліком.
- Розрахунок податку на прибуток. Підприємство в даному розділі обчислює суму податку, що підлягає сплаті до бюджету.

Суму податку, що підлягає сплаті до бюджету, ТОВ «Техмарк» має сплатити протягом 10 календарних днів, що настають за останнім днем граничного строку подання податкової декларації. Наприклад, за 2024 рік податок необхідно сплатити не пізніше 11 березня 2025 року.

ТОВ «Техмарк» подає всі декларації в електронному вигляді через особистий кабінет платника податків.

## 2.5. Особливості аудит обліку товарів в процесі управління ТОВ «Техмарк»

В процесі дослідження, було встановлено що на базовому підприємстві бухгалтерський облік веде одна особа. Аналіз діяльності також показав, що за останній три року підприємство знизило показники ліквідності та рентабельності. Тому потрібно проводити аудит діяльності підприємства один раз на рік.

Аудит – це незалежний процес перевірки фінансової, господарської або іншої інформації, яка формується суб'єктом господарювання. Метою проведення аудиту є встановлення достовірності, відповідності вимогам законодавства, нормативним актам і внутрішнім регламентам інформації, а також оцінки ефективності систем управління та контролю.

Метою проведення аудиту на ТОВ «Техмарк» є надання користувачам об'єктивної та неупередженої інформації, необхідної для прийняття обґрунтованих управлінських або інвестиційних рішень.

Розглянемо процес проведення аудиту операцій з товаром, як частину загального аудиту на підприємства. Контроль та аудит операцій з придбанням і реалізацією товарів на підприємстві ТОВ «Техмарк» є невід'ємною частиною ефективного управління бізнесом.

Метою аудиту наявності та руху товарів на ТОВ «Техмарк» є встановлення достовірності облікових даних щодо:

- обсягів товарів;
- правильності оформлення операцій з їх придбання, зберігання, реалізації та списання, а також відповідності цих даних вимогам чинного законодавства.



Рисунок 2.8. — Основні завдання аудиту наявності та руху товарів на ТОВ «Техмарк»

Розглянемо поетапні кроки проведення аудиту на підприємстві

### 1. Підготовчий етап.

На підготовчому етапі потрібно ознайомитися з діяльністю ТОВ "Техмарк", зокрема особливостями обліку товарів, їх асортиментом та основними постачальниками і покупцями. Провести аналіз облікової політики підприємства, нормативної бази та внутрішніх положень щодо обліку товарів. Потім скласти план і програму аудиту з визначенням ризикових зон (наприклад, операції з великими постачальниками чи реалізація товарів за спеціальними умовами).

### 2. Основний етап.

По необхідності провести інвентаризацію товарів на складі з порівнянням даних обліку та фактичної наявності. Обов'язково провести перевірку правильності документального оформлення операцій (накладних, рахунків-фактур, податкових накладних). Проаналізувати формування первісної вартості товарів (врахування транспортних витрат, страхування тощо) відповідно до НПСБО 9. Також аудитор зобов'язані перевірити відповідності методів оцінки товарів відповідно до наказу про облікову політику (метод ФІФО).

### 3. Завершальний етап.

На завершальному етапі аудитор формує висновків щодо відповідності обліку товарів вимогам законодавства та внутрішнім стандартам підприємства. Також аудитор може розробити рекомендацій щодо усунення виявлених порушень та покращення системи обліку. Для керівника готується аудиторський звіт із зазначенням результатів перевірки.

Методика аудиту включає процедури перевірки первинних документів: накладних, рахунків-фактур, договорів постачання, податкових накладних на предмет правильності їх оформлення, відповідності вимогам чинного законодавства та коректності внесення до облікових реєстрів.

Проведення контрольного перерахунку товарів на складах підприємства ведеться при проведенні інвентаризації з метою виявлення можливих розбіжностей між фактичною наявністю та обліковими даними.

Відповідно до наказу про облікову політику потрібно провести оцінку коректності облікових операцій, щодо правильності застосування методу ФІФО під час вибуття товарів. Аудитор проводить аналіз складання звітності відповідно до рахунків бухгалтерського обліку (синтетичними та аналітичними). Встановлює відповідності руху товарів у звітності та фактичним операціям.

Обов'язково проводиться податковий аудит. Аудитор робить оцінку коректності нарахування податкових зобов'язань і формування податкового кредиту з ПДВ. Аналізує дані податкових накладних щодо відповідності даним обліку.

В процесі проведення аудиту були визначені наступні порушення, табл.

Таблиця 2.7. –Порушення ведення операцій наявності та руху товарів на ТОВ «Техмарк»

| № п/п | Порушення   | Характеристика порушення  |
|-------|---|---|
| 1.    | Нерегулярне проведення перевірки даних про рух товарів в бухгалтерії і на складах підприємства, не проведення щорічної інвентаризації товарів | Призводить до зниження рівня внутрішнього контролю за збереженням товарів |

Таким чином, нерегулярне проведення перевірок даних про рух товарів між бухгалтерією та складами призводить до ризику виникнення розбіжностей у звітності, втрати або псування товарів, а також до можливого викривлення фінансової інформації.

Не проведення інвентаризації товарів знижує ефективність внутрішнього контролю за їх збереженням, створюючи передумови для втрат, крадіжок або інших порушень. Це також може викликати претензії з боку контролюючих органів.

Пропозиції які надані аудитором по виявленим порушенням, організувати щоквартальні звірки між даними бухгалтерського обліку та фактичною наявністю товарів на складах. Для цього використовувати стандартизовані форми звітності та автоматизовані інструменти, зокрема «1С: Бухгалтерія 8.3».

Встановити регламент проведення щорічної інвентаризації товарів із залученням спеціальної комісії. Це сприятиме зменшенню ризику втрат і забезпечить відповідність фактичних залишків даним обліку. Впровадити системи автоматичного формування інвентаризаційних актів та звітів, що зменшить людський фактор і підвищить точність обліку. Ввести практику періодичних перевірок внутрішнім аудитором для моніторингу відповідності даних руху товарів, оцінки ризиків та розробки рекомендацій для їх мінімізації.

## 2.6 Шляхи удосконалення обліку товарів на ТОВ «Техмарк»

У сучасних умовах господарювання процес облікового забезпечення реалізації товарів на малих підприємствах стикається з низкою невирішених проблем, зокрема, складністю первинного відображення інформації про товарні операції.

Одним із можливих шляхів вирішення зазначених проблем є об'єднання форм накладної і рахунку-фактури в єдиний документ. Такий підхід дозволить зменшити кількість документації та скоротити час на її обробку а також уникнути дублювання інформації та підвищить оперативність документообігу на підприємстві.

В роботі запропонуємо нову назву документа – «Накладна-рахунок на відпуск товарно-матеріальних цінностей». Первинний документ буде включати такі обов'язкові реквізити:

- назву документа;
- місцезнаходження та банківські реквізити вантажовідправника й одержувача;
- підставу для відпуску товарів (договір, замовлення тощо);
- детальну інформацію про товар (назва, кількість, ціна);
- загальну суму до сплати;
- підписи відповідальних осіб.



Проведені дослідження фінансового стану підприємства дало можливість виявити проблеми із нестачею оборотного капіталу, значною дебіторською заборгованістю та труднощами в управлінні фінансами. Тому можна надати рекомендації для покращення фінансового стану ТОВ «Техмарк».

На підприємстві потрібно впровадження політики кредитного контролю. Для цього необхідно встановити чіткі умови надання товарного кредиту (ліміти кредитування для кожного покупця, терміни погашення) та визначити критерії оцінки платоспроможності клієнтів перед укладенням угоди.

Провести оптимізацію термінів погашення дебіторської заборгованості за рахунок скорочення термінів надання відстрочки платежу та запровадити систему знижок для клієнтів, які сплачують достроково. Впровадити програмні модулі для моніторингу строків дебіторської заборгованості та автоматичного нагадування клієнтам про необхідність сплати. Для збільшення реалізації товарів залучати нових клієнтів через розширення маркетингових заходів та онлайн-продажів.

Для підвищення оборотності запасів потрібно переглянути асортимент товарів і позбавитися неликвідних позицій. Для цього потрібно вдосконалити процес інвентаризації на ТОВ «Техмарк». Необхідно в облікової політики в розділі організація обліку запровадити чіткий графік проведення інвентаризацій (щоквартально або за потребою). Таки рекомендації надали аудиторі при проведенні аудиту. Можна запропонувати використовувати сучасні інструменти для автоматизації процесу інвентаризації, такі як сканери штрих-кодів та RFID-технології.

Також пропозицією щодо вдосконалення бухгалтерського обліку товарів на ТОВ «Техмарк» є розширення системи аналітичних рахунків для обліку операцій, пов'язаних із товарами. Можемо запропонувати збільшення кількості розрізів аналітичного обліку рахунку 28. Для підприємства створюється можливість формування більш деталізованої інформаційної бази, для ефективного управлінню товарним асортиментом, що забезпечить підвищення якості управлінських рішень.

Впровадження запропонованих заходів дозволить ТОВ «Техмарк» стабілізувати фінансовий стан, знизити ризики втрати ліквідності, оптимізувати витрати та збільшити оборотність активів, що сприятиме зростанню прибутковості підприємства.

## ВИСНОВКИ

В процесі дослідження розкрити теоретичні основи обліку та оподаткування товарів на підприємствах. У результаті аналізу встановлено, що поняття «товари» трактується різними авторами та нормативними документами неоднозначно, що зумовлено специфікою галузей і потреб користувачів інформації. В роботі узагальнено дефініція поняття товар як актив підприємства, відображаються у бух/обліку відповідно до критеріїв, визначених НПСБО та МСБО, і є матеріальними активами, призначеними для продажу або використання у виробничих процесах. Удосконалення термінології сприятиме підвищенню точності бухгалтерського обліку й ефективності управлінських рішень.

Дослідження управлінських аспектів класифікації товарів засвідчило важливість розробки системи класифікації, яка враховує потреби як облікових, так і податкових процедур. Запропоновано підходи до групування товарів для оподаткування. Такий підхід сприяє підвищенню оперативності обліку, ефективності управління товарними запасами та спрощують виконання податкових зобов'язань. Визначено, що чітка класифікація товарів має враховувати специфіку підприємства, особливості товарного асортименту та вимоги нормативних актів.

Аналіз критеріїв визнання та оцінки товарів відповідно до НП(С)БО та МСБО показав, що існують як спільні підходи, так і певні відмінності. Основним критерієм визнання товарів є контроль над активом, очікування економічної вигоди та можливість достовірної оцінки. Первісна вартість товарів формується з витрат, безпосередньо пов'язаних із їх придбанням або виробництвом. Запропоновано використовувати гармонізований підхід до оцінки товарів для забезпечення прозорості та єдності звітності.

Загалом, в перший розділ підкреслює важливість системного підходу до обліку та оподаткування товарів, акцентуючи увагу на необхідності теоретичного осмислення та практичного вдосконалення процесів для ефективного управління підприємством.

Другий розділ присвячений дослідженню практичних аспектів організації обліку товарів і особливостей їх оподаткування на ТОВ «Техмарк».

Діяльність ТОВ «Техмарк» характеризується активною участю в оптовій торгівлі, що визначає специфіку організації обліку товарів. Облікова політика підприємства відповідає законодавчим вимогам, зокрема П(С)БО. Проте виявлено низку проблем у процедурі аналітичного обліку товарів, що вимагає подальшого вдосконалення для забезпечення ефективного управління запасами.

Проведений аналіз засвідчив, що підприємство стикається з проблемою дефіциту оборотного капіталу, обумовленого значним обсягом дебіторської заборгованості. Для стабілізації фінансового стану запропоновано впровадити заходи з покращення управління дебіторською та кредиторською заборгованістю, що дозволить оптимізувати грошові потоки.

Система бухгалтерського обліку товарів на підприємстві організована відповідно до чинного законодавства, проте потребує вдосконалення з метою підвищення оперативності та деталізації облікових даних. Виявлено потребу в розширенні аналітичного обліку для кращого контролю за рухом товарів та забезпечення інформаційної підтримки управлінських рішень.

Особливості оподаткування операцій з товарами на підприємстві визначаються нормами ПКУ, зокрема щодо формування податкового кредиту та зобов'язань з ПДВ. З метою зниження податкових ризиків запропоновано розробити чіткі внутрішні регламенти для забезпечення коректності податкового обліку.

Аудит товарних операцій відіграє ключову роль у виявленні можливих помилок і порушень. Аналіз засвідчив необхідність регулярного проведення інвентаризацій, вдосконалення внутрішнього контролю та запровадження сучасних методів аудиту для забезпечення достовірності облікових даних.

Основними напрямками вдосконалення обліку товарів є впровадження автоматизованих систем управління обліком, розширення аналітичних рахунків, розробка єдиних форм первинної документації, інтеграція облікових даних з управлінською інформацією. Такі заходи дозволять оптимізувати облікові

процеси, зменшити ризики і забезпечити зростання ефективності діяльності підприємства.

Загалом, другий розділ підкреслює необхідність комплексного підходу до вдосконалення методичних засад обліку товарів, враховуючи специфіку діяльності ТОВ «Техмарк», його фінансовий стан та податкове середовище. Це сприятиме покращенню управління товарними запасами та забезпеченню фінансової стабільності підприємства.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Адам Сміт. Дослідження про природу і причини багатства народів / Адам Сміт ; О. Васильєв, М. Межевікіна, А. Малівський. — Київ : Наш формат, 2018. — 736 с. ISBN 978-617-7552-14-6
2. Рікардо Д. Принципи політичної економії та оподаткування : монографія. Лондон : John Murray, 1817. 376 с.
3. Котлер Ф. Основи маркетингу: підручник. К : Науковий Світ, 2020. 880 с
4. Торстейн Веблен. Теорія бездіяльного класу К—:АСТ, 2021.с 384.ISBN, 978-5-17-135295-0.
5. Джон Коммонс Інституціональна економіка: її місце в політичній економії ./Д. Коммонс; О. Васильєв, М. Межевікіна, А. Малівський. — Київ : Наш формат, 2018. — 736 с
6. Карл Поланьї Велика трансформація./К. Поланьї; О. Васильєв, М. Межевікіна, А. Малівський. — Київ : Наш формат, 2018. — 320 с.
7. Норт Дуглас. Інституції, інституціональні зміни та функціонування економіки / Дуглас Норт. – К. : Вид-во "Основи", 2000. – 198 с.
8. Портер М. Конкурентна стратегія. Техніки аналізу галузей і конкурентів : монографія. Київ : Наш Формат, 2020. 464 с.
9. Голов С. Ф., Костюченко В. М. Бухгалтерський облік і фінансова звітність за міжнародними стандартами : практ. посіб. – Х. : Фактор, 2007. – 976 с.
10. Безруких, Н.П. Кондраков, В.Ф. Палий и др.; Под ред П.С. Безруких. - М ... Сопко В. Бухгалтерський облік: Навч. посібник / В. Сопко. – К., 2004. – 448
11. Войнаренко, М. П. Управлінський облік : підруч. для студентів ВНЗ / М. П. Войнаренко, Л. П. Радецька, Л. В. Овод. – Хмельницький : ХНУ, 2013. – 363 с. URL: [http://lib.khnu.km.ua/asp/php\\_f/page\\_lib.php](http://lib.khnu.km.ua/asp/php_f/page_lib.php) .
12. Бухгалтерський фінансовий облік: теорія та практика : навч.-практ. посіб. / Н. І. Верхоглядова, В. П. Шило, С. Б. Ільїна, В. І. Кисла. – К. : ЦУЛ, 2010. – 536с. –
13. Хендриксен Е.С. Теорія бухгалтерського обліку : Пер. с англ. / Под ред. проф. Я.В. Соколова. / Е.С. Хендриксен, М.Ф. Ван Бреда. – К.:, 2010. – 576 с

14. НП(С)БО 9 «Запаси» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99#Text>
15. МСБО 2 «Запаси». URL: [https://mof.gov.ua/storage/files/IAS-02\\_ukr\\_2016.pdf](https://mof.gov.ua/storage/files/IAS-02_ukr_2016.pdf)
16. ПКУ URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>
17. ЗУ Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>
18. НПСБ 25 Спрощена фінансова звітність URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0161-00#Text>
19. Власова Н. О., Мелушова І. Ю. Ефективність формування фінансових результатів підприємств роздрібної торгівлі : монографія. Харків, ХДУХТ, 2008. 259 с.
20. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: Мінфін України; Інструкція від 30.11.1999 № 291 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99#Text>
21. Міжнародний стандарт аудиту 315: URL: <http://www.apu.com.ua>
22. Балджи М. Д., Однолько В. О. Економіка та організація торгівлі: навчальний посібник. – К. : ФОП Гуляєва В.М., 2021. 344 с
23. Балджи М.Д., Доброва Н.В., Однолько В.О., Осипова М.М. Торговельне підприємництво: навчальний посібник. – Київ : Кондор видавництво, 2017. – 112 с.
24. 5. 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.
25. 6. Безух О. Товар і майнові відносини в умовах економічної конкуренції. Господарське право і процес. 2017. №4. С.54-58.

26. 7. Бозуленко О. Я. Організація торгівлі : навчальний посібник [для студ. вищ. навч. закл.]. Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2021. 240 с.
27. Гайдаєнко О.М. Удосконалення методики аналізу ефективності діяльності торговельних підприємств. Науковий вісник Ужгородського університету. 2018. С. 191-196. DOI: URL: [https://doi.org/10.24144/2409-6857.2018.1\(51\).191-196](https://doi.org/10.24144/2409-6857.2018.1(51).191-196).
28. Данило С.І. Сучасне розуміння товару як предмету торгівлі. Вісник Сумського Національного аграрного університету. 2019. Випуск 2 (80). С. 8-11. DOI: URL: <https://doi.org/10.32845/bsnau.2019.2.2>.
- Дроздова, О. Г. Нормативно-правове регулювання бухгалтерського обліку руху товарів: невирішені проблеми та шляхи їх розв'язання. Вісник ЖДТ»: Економіка, управління та адміністрування. 2012. №4(62) С. 79–81. URL:[https://doi.org/10.26642/jen-2012-4\(62\)-79-81](https://doi.org/10.26642/jen-2012-4(62)-79-81)
29. Казанова М. Облік кількості товарів у РРО. Бухгалтер 911. 2020. №32. URL: <https://i.factor.ua/ukr/journals/buh911/2020/august/issue-32/article109301.html>
30. Довгопол Н., Нестеренко М. Первинні документи на товар: теорія і практика для підприємців – платників єдиного податку. Бухгалтерський облік і аудит. - 2014. № 8. С. 38-45. 17.
31. . Должанський А. М., Кузів М. А. Економічна суть товарних запасів у оптовій торгівлі. Науковий вісник НЛТУ України. 2013. Вип. 23.4. С. 163-169.
32. Квач Я.П., Дроздова О.Г. Облік руху товарів: нормативно-правові аспекти. Вісник соціально-економічних досліджень. 2015. Випуск 2 (57). С. 135- 143
33. Кирильєва Л. О., Чернікова І. Б., Кирильєва Д. Д. Організація управлінського обліку витрат у логістичній системі товароруку. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2011. Вип. 1. С. 26-33.
34. . Кирильєва Л. О., Шеховцова Д. Д. Сучасна концепція регуляторів з організації бухгалтерського обліку. Бізнес-Інформ. 2019. № 3. С. 270-275.
35. . Коваль С. В. Облік товарних операцій в умовах використання автоматизованих систем обробки інформації. Таврійський науковий вісник. Серія : Економіка. 2020. Вип. 2. С. 241-247.



36. Любар О. О. Облікове забезпечення управління розрахунками з контрагентами за товарними операціями. *Агросвіт*. 2020. № 1. С. 48-60.
37. Левченко Р. В., Овчиннікова М. А. Удосконалення методичних підходів до формування оптимального розміру товарних запасів на підприємствах оптової торгівлі. *Бізнес Інформ*. 2019. № 11. С. 204-209.
38. Мартиненко А.В. Дослідження життєвих циклів товарів промислового призначення. *Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки)*. 2020. №6. С. 9-14. DOI: 10.20998/2519-4461.2020.6.9 23.
39. Матвеева В. Шпаргалка по РРО для початківців. 6. Як правильно проводити розрахунки через РРО. *Бюджетна бухгалтерія*. 2015. №22. URL: <https://i.factor.ua/ukr/journals/bb/2015/june/issue-22/article-8927.html>
40. Методичні рекомендації з обліку запасів затверджені Наказом Міністерства фінансів України №2 від 10.01.2007 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0002201-07#Text>
41. . Методичні рекомендації з формування складу витрат та порядку їх планування в торговельній діяльності затверджені Наказом Міністерства фінансів України №145 від 22.05.2002 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0145569-02#Text>
42. Мокієнко Т. В. Придбання товарно-матеріальних цінностей: завдання обліку та документальне забезпечення. *Ефективна економіка*. 2015. № 11. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2015\\_11\\_109](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_11_109)
43. Новицька І.В. Економічна сутність товарів як складової оборотних матеріальних активів: сучасні проблеми інтерпретації в системі бухгалтерського обліку. URL: <http://eztuir.ztu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1785/1/217.pdf>
44. Носач Н.М. Організація обліку реалізації товарів на підприємствах торгівлі. *Науково-виробничий журнал «Бізнес навігатор»*. 2018. Випуск 6 (49). С. 217-222.
45. Стахов О.І. Організація обліку реалізації товарів на підприємствах роздрібною торгівлі. *Молодий вчений*. 2018. № 4 (56). С.153-160.

46. Ступінська М. В. Роль контролю товарних запасів в системі управління підприємств торгівлі. Європейські перспективи. 2012. № 2(1). С. 38-46.
47. Цветов Ю. М., Глущенко А. П. Особливості автоматизованого обліку товарообігу в сучасних умовах. Збірник наукових праць Державного економіко-технологічного університету транспорту. Сер. : Економіка і управління. 2013. Вип. 25. С. 307-311.
48. Чаплінська А., Бабчук Г. Оцінка товарних запасів та їх оборотності на підприємствах роздрібної торгівлі. Вісник ЧДТУ. 2013. Випуск 34. Частина 1. С.93-97.
49. Чаплінська А.А. Значення аналізу у системі управління товарами підприємств роздрібної торгівлі. Облік. Аналіз. Аудит. URL: [http://www.chtei-63.knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2013/v2/NV-2013-V2\\_62.pdf](http://www.chtei-63.knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2013/v2/NV-2013-V2_62.pdf)
50. Шендригоренко М.Т. Товари як об'єкт обліку та внутрішнього аудиту на підприємстві. Економіка і суспільство. 2017. Випуск 12. С. 722-726.