

Третя модель «Зовнішній контролер». Аутсорсер перевіряє бухгалтерську документацію, аналізує роботу підприємства та дає висновок про те, як поліпшити діяльність.

Четверта модель «Абонентське обслуговування». У цьому випадку аутсорсер виступає консультантом, інформує замовника про нововведення та інших питань. Звичайно, допускаються змішані варіанти співпраці аутсорсера та підприємства. Наприклад, складні бухгалтерські питання віддають аутсорсеру для того, щоб розвантажити штатного бухгалтера, який в цей час виконує щоденні операції [1, с. 203].

Таким чином, прийшли до висновку, що аутсорсинг – це форма організації діяльності бухгалтерського обліку на підприємстві на основі використання ресурсів зовнішніх суб'єктів господарювання.

Основними перевагами для замовника аутсорсингових послуг являється вивільнення фінансових та людських ресурсів, звільнення від виконання окремих функцій чи процесів та скорочення витрат. Недоліками при застосуванні бухгалтерського аутсорсингу є втрата конфіденційності комерційної таємниці, неякісне виконання аутсорсером своїх обов'язків, загроза банкрутства аутсорсингової компанії. Проте, розуміння механізму аутсорсингу, мінімізації недоліків та максимізації переваг, на нашу думку, може бути стимулюючим фактором його розповсюдження в господарській діяльності українських підприємств.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Кесарчук Г.С. *Бухгалтерський аутсорсинг: поняття, види, переваги та недоліки. Науковий вісник Ужгородського університету. Сер.: Економіка. 2014. № 1. С. 201-204.*
2. Колодеева С. *Субъекты ведения бухгалтерського учета в условиях аутсорсинга. URL: <https://eck.ru/blog/outsorsing/sub-ekty-vedeniya-buhgalterskogo-ucheta-v-usloviyah-outsorsinga/>.*
3. Ляхович Г.І. *Бухгалтерський аутсорсинг: підходи до трактування та класифікації. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2016. №9. С. 104-108.*
4. Скакун Л.С. *Бухгалтерський облік в умовах аутсорсингу: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.09. Житомир. держ. технол. ун-т. Житомир, 2010. 21 с.*
5. Сухоняк С.О. *Розвиток аутсорсингу та його форми: український та зарубіжний аспекти. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Львів. 2015. № 835. С. 208-215.*

---

**Гаштур Мар'яна Андріївна, студентка 4 курсу,  
Стефанків Оксана Михайлівна, к.е.н., доцент,  
доцент кафедри обліку та фінансів,**

### **ОБЛІК І АУДИТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ**

Найважливішим етапом господарської діяльності підприємств, що завершує процес кругообігу капіталу є реалізація продукції, товарів, послуг. У результаті цього процесу виявляється суспільна корисність виробленого продукту, його відповідність вимогам покупця, замовника або ринку. Реалізація продукції, товарів, робіт та послуг є найважливішим джерелом доходів не

тільки підприємств, а й формує прибуткову частину бюджету держави як об'єкт оподаткування. Без якісної інформації про реалізовану продукцію, про асортимент, кількість та вартість продукції, строки відвантаження та оплати неможливе ефективне управління ресурсами споживчого товариства.

Реалізація продукції, виконаних робіт та наданих послуг – основне джерело грошових надходжень. Їх розмір залежить від налагоджених зв'язків, кількості, якості, часу, місця та каналу реалізації продукції. Основними каналами реалізації продукції є: реалізація за державними та регіональними контрактами; продаж іншим організаціям; продаж на ринку; відпуск продукції на громадське харчування.

Реалізація продукції – це, перш за все, відчуження активів, що належать підприємству, шляхом їх продажу з метою відтворення використаних засобів підприємства та отримання прибутку для задоволення різноманітних потреб підприємства та його власників [1, с. 320].

Умови ефективної реалізації продукції такі: забезпечити вільну конкурентну діяльність всім учасникам; активна діяльність кредитних організацій і страхових компаній, що сприяють зниженню економічного ризику; наявність економічних важелів, що стимулюють зниження собівартості та підвищення дохідності в процесі виробництва, переробки й реалізації продукції; дотримуватися принципів саморегулювання і самофінансування з усього циклу проходження продукції від виробника до споживача; підвищення ролі держави в регулюванні реалізації продукції; забезпечення нормативними документами, стандартами, що визначають якість продукції; встановлення ефективних зовнішньоекономічних зв'язків і входження держави до світової ринкової системи [2, с. 642].

Кінцевий фінансовий та економічний результат підприємства залежить від обсягу та якості реалізованої продукції. Реалізація продукції значною мірою залежить від фізичної якості сировини, готових продуктів харчування, цілеспрямованих затрат виробника, територіального поділу виробників і споживачів продукції й затрат у галузях переробки і торгівлі.

Ринкові відносини, що склалися в галузях економіки, стимулювали появу різних каналів реалізації продукції. Канали реалізації – шлях продукції від виробника до споживача, що забезпечується різними учасниками, або це сукупність юридичних і фізичних осіб, які є посередниками збуту, беруть на себе або передають іншому право власності на той чи інший продукт.

Залежно від кількості їх участі канали можуть бути прямими та непрямими. Переміщення товару прямими каналами відбувається без участі посередника, а безпосередньо від виробника до споживача на торговому ринку, через власну торговельну мережу виробника. Це також може бути реалізація підприємствам, котрі здатні комплексно переробляти і реалізовувати кінцевий продукт споживачам [4, с. 32].

Непрямі канали реалізації, коли між виробником і споживачем з'являються посередники. Ними можуть бути державні організації, споживча кооперація, фірми, переробні підприємства, біржі, випадкові посередники – юридичні, фізичні особи та ін. Названі канали є наслідком невлаштованості й відсутності

складських приміщень, холодильних установок тощо у виробників і впливу великих затрат на їх експлуатацію.

Аудит реалізації продукції розпочинається з перевірки обґрунтованості плану реалізації продукції та цін на неї, повноти визначення валової й товарної продукції, показників якості, відповідності останніх вимогам державних стандартів, технічних умов тощо. Перевірку повноти й визначення валової продукції сільськогосподарського підприємства аудитор здійснює на основі загального обсягу її виробництва, що дає йому змогу оцінити рівень виробничої програми.

Основними завданнями обліку та аудиту реалізації сільськогосподарської продукції є: забезпечення інформації про обсяг реалізованої продукції за її видами; забезпечення контролю за формуванням повної собівартості продукції; забезпечення контролю за рівнем реалізаційних цін; своєчасне документальне оформлення кожної партії реалізованої продукції; контроль за своєчасним надходженням плати за реалізовану продукцію; правильне відображення в обліку фактичної виручки від реалізації продукції, робіт та послуг; визначення фінансових результатів по підприємству в цілому та окремих видів продукції.

Процес реалізації завжди передбачає, з одного боку, передачу відповідної продукції від виробника покупцеві, а з другого – проведення розрахунків згідно з договірною ціною цієї продукції. Отже, кожен вид продукції, що реалізується, матиме дві оцінки: одну для самого виробника – виробничу собівартість, іншу – для покупця (ціну реалізації). Для більшості продукції (товарів, робіт, послуг) ціни реалізації є вільними і встановлюються на підставі договорів між підприємствами.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати»: Затв. Наказом МФУ від 30.11.2001 № 559. URL: <http://zakon.rada.gov.ua>. (дата звернення : 03.02.2017).
2. Вігуржинська С.Ю. Економіка підприємства / Конспект лекцій. -Одеса, 2017. - 256 с.
3. Сук Л. К., Сук П. Л. Фінансовий облік: Навч. посібник. Київ : Знання, 2016. 663 с.
4. Пятов А.І. Аудит реалізації продукції. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2017. № 1. С. 189-203.

---

**Лях Ольга Михайлівна**, студентка 4 курсу,  
**Козин Лариса Володимирівна**, к.е.н.,  
доцент кафедри міжнародної економіки,  
маркетингу і менеджменту

## **ІННОВАЦІЇ У ЗБУТОВІЙ ПОЛІТИЦІ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ**

Історично банківська справа була одним з секторів бізнесу, найбільш стійким до технологічних зрушень. Вони традиційно виконували ряд основних функцій в економічних системах, у тому числі:

- перетворення ліквідних депозитів клієнтів у довгострокове фінансування корпорацій та приватних осіб та нормування, розподіл та ціноутворення щодо цього фінансування;