

**ВСП «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж
Державного торговельно-економічного університету»**

Циклова комісія економіки, управління та адміністрування

Ларіонова Поліна Владиславівна

ПІБ здобувача

КУРСОВА РОБОТА

**ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ В ПІДПРИЄМСТВАХ, ЩО НАДАЮТЬ РЕКЛАМНІ
ПОСЛУГИ**

тема

Навчальна
дисципліна

Облік за видами економічної діяльності

назва навчальної дисципліни

Ступінь освіти

Фаховий молодший бакалавр

фаховий молодший бакалавр, молодший бакалавр, бакалавр

Галузь знань

07 Управління та адміністрування

шифр і назва галузі знань

Спеціальність

071 Облік і оподаткування

код і найменування спеціальності

Освітньо-професійна
програма

Бухгалтерський облік

назва освітньо-професійної програми

Академічна група

О-2-24

назва академічної групи

Харків, 2025 рік

ДОПУЩЕНО ДО ЗАХИСТУ

Керівник:

Мельничук Марина Олексіївна, голова циклової комісії економіки, управління та адміністрування, викладач, спеціаліст вищої категорії, кандидат економічних наук

Робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

Здобувач



Поліна ЛАРІОНОВА

підпис здобувача

ІП здобувача

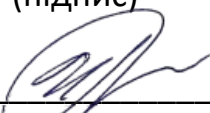
Підсумкова оцінка: 60 (балів)

Члени комісії з захисту:



Марина МЕЛЬНИЧУК

(підпис)



Інна РУДЕНКО

(підпис)

**ВСП «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж
Державного торговельно-економічного університету»**

Циклова комісія економіки, управління та адміністрування

Ларіонова Поліна Владиславівна

ПІБ здобувача

ЗАВДАННЯ НА КУРСОВУ РОБОТУ

Навчальна
дисципліна

Облік за видами економічної діяльності

Тема роботи

назва навчальної дисципліни

**ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ В ПІДПРИЄМСТВАХ, ЩО
НАДАЮТЬ РЕКЛАМНІ ПОСЛУГИ**

Термін подання
завершеної роботи

тема курсової роботи

18.11.2025 р.

фаховий молодший бакалавр, молодший бакалавр, бакалавр

Графік виконання роботи

Виконання роботи за розділами	Термін виконання
Вибір та затвердження теми	02.09 – 14.09.2025
Добір та аналіз літератури за обраною темою	16.09 – 21.09.2025
Складання плану курсової роботи	23.09 – 28.09.2025
Написання вступу та I розділу	30.09 – 19.10.2025
Написання розрахункової частини (II розділ) курсової роботи	21.10 – 09.11.2025
Написання висновків та пропозицій, оформлення курсової роботи	11.11 – 16.11.2025
Подання курсової роботи керівнику для рецензування (для рекомендації до захисту)	18.11 – 30.11.2025
Захист курсової роботи	02.12 – 07.12.2025

Завдання видав

Науковий керівник,
кандидат економічних наук



Марина МЕЛЬНИЧУК

(підпис)

«14» вересня 2025 р.

Завдання отримав

Здобувач


Поліна ЛАРІОНОВА

(підпис)

ПІ здобувача

«14» вересня 2025 р.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ В ПІДПРИЄМСТВАХ, ЩО НАДАЮТЬ РЕКЛАМНІ ПОСЛУГИ	6
1.1. Теоретичні основи діяльності та обліку рекламних підприємств	6
1.2. Методологія бухгалтерського обліку основних операцій	7
1.3. Практичні аспекти та напрями вдосконалення обліку в рекламних агенціях (на прикладі ТОВ «МЕДІАХАБ»)	9
РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНА ЧАСТИНА	13
ВИСНОВКИ	22
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	25

ВСТУП

Актуальність теми: Ринок рекламних послуг в Україні динамічно розвивається, з'являються нові цифрові формати (таргетована реклама, впливові маркетологи, контекстна реклама). Це ускладнює облікові процеси. Відсутність єдиної узагальненої методики обліку, специфіка витрат (креатив, інтелектуальна праця), проблеми з визнанням активів і визначенням собівартості кожного проекту роблять тему надзвичайно важливою для фінансової стійкості таких підприємств.

Ступінь розробленості проблеми: висвітлення вченими А. М. Герасимович, Л. В. Клим, С. Ф. Головатий загальних питань обліку в послугах, але недостатньо спеціалізованих праць саме для рекламної галузі з урахуванням сучасних реалій.

Мета роботи: дослідити особливості організації бухгалтерського обліку на підприємствах, що надають рекламні послуги, та розробити практичні рекомендації щодо його вдосконалення.

Завдання дослідження:

1. Розкрити економічну сутність рекламних послуг та дослідити нормативну базу.
2. Дослідити особливості господарських процесів у рекламній діяльності.
3. Проаналізувати методику обліку витрат, доходів та специфічних активів.
4. Дослідити проблеми обліку незавершеного виробництва та формування собівартості проекту.
5. На прикладі конкретного підприємства проаналізувати практику обліку та запропонувати заходи щодо його оптимізації.

РОЗДІЛ 1.

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ В ПІДПРИЄМСТВАХ, ЩО НАДАЮТЬ РЕКЛАМНІ ПОСЛУГИ

1.1. Теоретичні основи діяльності та обліку рекламних підприємств

Рекламна послуга – це результат діяльності, спрямований на створення, планування, розміщення та управління рекламними комунікаціями замовника з цільовою аудиторією. Її особливість – нематеріальність, невіддільність від джерела (креативного колективу), змінність якості та незберігання.

Класифікація:

- За об'єктом: послуги з креативу (дизайн, слоган, відеоролик), медійні (покупка та розміщення в ЗМІ, інтернеті), дослідницькі (аналіз ринку, аудит), стратегічні (розробка рекламної стратегії).
- За циклом створення: стратегічні, тактичні, виконавчі.
- За форматом: традиційні (ТБ, радіо, преса), цифрові (SEO, SMM, контекст), зовнішня реклама, ВТЛ-активності.
- Висновок до підрозділу: різноманіття послуг обумовлює комплексний підхід до обліку, де кожен проект може поєднувати кілька видів послуг.

Система регулювання включає:

1. Загальне законодавство: Податковий кодекс України (доходи, витрати, ПДВ), Цивільний кодекс (договори на послуги), Закон "Про рекламу".
2. Бухгалтерське законодавство: Закон "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні", Національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку (П(С)БО):
 - П(С)БО 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності" – принципи.
 - П(С)БО 15 "Доход" – ключовий стандарт для визнання виручки від послуг (метод "ступеня завершеності").
 - П(С)БО 16 "Витрати" – визнання витрат на послуги.

- П(С)БО 7 "Основні засоби" та П(С)БО 8 "Нематеріальні активи" – для обліку програмного забезпечення, баз даних, прав.

- П(С)БО 9 "Запаси" – може застосовуватись до незавершеного виробництва.

3. План рахунків бухгалтерського обліку – інструкція щодо застосування.

Особливості господарських процесів як об'єкта обліку

- Виробничий процес: Індивідуальний, проектний характер.

Відсутність

матеріально-сировинної бази у класичному розумінні. Основа – інтелектуальна праця (креатив, аналітика). Тривалість циклу від кількох днів (банер) до місяців (комплексна кампанія).

- Основні витрати: ФОП (переважно адміністративного та креативного персоналу), амортизація обладнання та програм, оренда, закупівля медіапростору, субпідрядні послуги (відеозйомка, фотограф), маркетингові дослідження.

- Доходи: Визначаються договором. Можуть бути: фіксована сума за проект, комісія від обсягу медіазакупівель (% від медіабюджету), гонорар за результат.

- Специфічні активи: Об'єкти інтелектуальної власності, створені для замовника (копірайтинг, дизайн) або для власного використання (бренд-платформа, унікальні методики). Проблема визнання та оцінки.

1.2. Методологія бухгалтерського обліку основних операцій

Класифікація витрат: прямі (віднесені на конкретний проект: заробітна плата менеджера проекту, закупівля банера) та непрямі (адміністративні, розподіляються між проектами: зарплата директора, оренда офісу).

- Рахунки обліку: 23 "Виробництво" (для накопичення витрат на проекти), 91 "Загальновиробничі витрати", 92 "Адміністративні витрати", 93 "Витрати на збут".

- Калькулювання собівартості проекту: Позавиробнича сфера використовує показникові методи. Для реклами найчастіше – попроектний метод. Усі прямі витрати + частка непрямих (наприклад, пропорційно фонду оплати праці проектів) відносяться на собівартість конкретного проекту.

- Приклад проводок:

- Нараховано зарплату копірайтеру за роботу над проектом А: Дт 23 "Виробництво" – Кт 661 "Розрахунки з оплати праці".

- Списано частку загальновиробничих витрат на проект А: Дт 23 – Кт 91.

- Оприбутковано медіаплан, куплений у ЗМІ для клієнта: Дт 23 – Кт 631 "Розрахунки з вітчизняними постачальниками".

- При завершенні проекту сформована собівартість послуги: Дт 901 "Собівартість реалізованої продукції (робіт, послуг)" — Кт 23.

Облік доходів від надання послуг

- Визнання доходу: Відповідно до П(С)БО 15 дохід від послуг визнається за ступенем завершеності проекту на звітну дату. Це найважливіша особливість. Необхідно мати надійну систему оцінки завершеності (етапи, акти виконаних робіт).

- Проводки:

- Відображено дохід за звітний період за ступенем завершеності: Дт 36 "Розрахунки з покупцями та замовниками" – Кт 701 "Дохід від реалізації продукції (робіт, послуг)".

- Отримано аванс від клієнта: Дт 311 "Поточні рахунки" – Кт 681 "Розрахунки за отриманими авансами".

- При повному завершенні та підписанні акту: закриваються розрахунки по авансу, нараховується залишок доходу.

Облік специфічних активів

- Креативні розробки, створені для клієнта: Як правило, не є активом підприємства, а входять до собівартості проекту. Права на них передаються замовнику.

- Власні нематеріальні активи (НА): Програмне забезпечення для медіапланування, власні бази даних, зареєстровані торговельні марки агентства. Визначається спроможність приносити майбутні економічні вигоди та ідентифікованість. Проводки: Дт 12 "Нематеріальні активи" – Кт 631 (або 44 "Необоротні активи"). Амортизація: Дт 92/93 — Кт 133 "Знос нематеріальних активів".

Облік незавершеного виробництва (НВ)

- Актуальність: Тривалі проекти. На кінець місяця витрати на незавершений проект залишаються на рахунку 23 "Виробництво" і в балансі відображаються як "Незавершене виробництво" (стаття "Запаси").

- Проблема: Оцінка ступеня завершеності для коректного розподілу витрат між собівартістю завершених послуг і НВ. Рекомендується вести реєстр проектів з указанням планової та фактичної завершеності.

1.3. Практичні аспекти та напрями вдосконалення обліку в рекламних агенціях (на прикладі ТОВ «МЕДІАХАБ»)

ТОВ «МЕДІАХАБ» є типовим представником сучасного українського ринку рекламних послуг, що спеціалізується на комплексному супроводі брендів у цифровому середовищі. Аналіз його діяльності дозволяє виявити характерні для галузі облікові проблеми.

1. Основні відомості та організаційна структура:

- Дата заснування: 2018 рік.
- Місцезнаходження: м. Київ.
- Мета діяльності: отримання прибутку шляхом надання повного циклу рекламних послуг — від стратегічного планування до креативної розробки та ефективного медіарозміщення.

- Організаційна структура є матрично-проектною, що характерно для індустрії послуг:

- Функціональні підрозділи: відділ стратегії та аналітики, креативний

відділ, відділ медіабайнгу та performance-маркетингу, фінансово-облікова служба.

- Проектні команди: формуються на кожен великий контракт і включають представників різних функціональних відділів (менеджер проекту, стратег, копірайтер, дизайнер, медіапланер).

2. Види надаваних послуг та їхня структура в доході:

Компанія працює за моделлю «повного циклу» (full-service), що зумовлює різноманіття господарських операцій. Основні послуги включають:

- Стратегічні послуги (20% доходу): ринкові дослідження, розробка комунікаційної та медіастратегії бренду.

- Креативні послуги (30% доходу): розробка концепції кампанії, копірайтинг, дизайн (банерна, відео- та фотопродукція), створення контенту для соціальних мереж.

- Медіапослуги (50% доходу): планування, закупівля та розміщення реклами в цифрових (соціальні мережі, контекстна реклама, прямий байнг на інформаційних сайтах) та традиційних (зовнішня реклама, ТБ-ролики) медіа.

Дана структура свідчить про високу частку операцій, пов'язаних із залученням субпідрядників (виробництво відео, друк) та придбанням чужих медіаресурсів, що ускладнює відстеження витрат.

3. Фінансово-економічні показники діяльності (за 2022-2023 роки):

Для аналізу ефективності та масштабу діяльності доцільно навести узагальнені дані. Основні фінансово-економічні показники ТОВ МЕДІАХАБ» за 2022-2023 рр.

1. Чистий дохід від реалізації послуг 15 200 18 750 +3 550 123.4
2. Собівартість реалізованих послуг 11 400 14 810 +3 410 129.9
3. Валовий прибуток 3 800 3 940 +140 103.7
4. Рентабельність операційної діяльності (валовий прибуток / дохід)
25.0% 21.0% -4.0 п.п. -
5. Середньооблікова чисельність працівників, осіб 24 28 +4 116.7
6. Витрати на оплату праці (ФОП) 4 100 5 320 +1 220 129.8

7. Кількість завершених проектів, од. 47 52 +5 110.6
8. Середня вартість одного проекту, тис. грн 323.4 360.6 +37.2 111.5
4. Висновки щодо особливостей діяльності, що впливають на облік:

Аналіз показників та організації роботи дозволяє виділити ключові особливості, які безпосередньо формують специфіку облікових процесів у ТОВ «МЕДІАХАБ»:

1. Проектний характер діяльності: Кожен договір – це окремий проект з унікальним бюджетом, строком виконання та структурою витрат. Це вимагає організації аналітичного обліку витрат і доходів в розрізі кожного проекту (контракту).

2. Висока частка інтелектуальних витрат: Основна стаття витрат – фонд оплати праці (у 2023 р. – 35.9% від доходу). Це зумовлює важливість правильного розподілу зарплати креативного та стратегічного персоналу між проектами для формування достовірної собівартості.

3. Значний обсяг робіт із залученням субпідрядників: Виробництво відеоконтенту, фотозйомка, друк матеріалів. Необхідний чіткий облік витрат за субпідрядними договорами та їхнє віднесення на конкретні проекти.

4. Домінування доходів від медіабаїнгу: Закупівля медіапростору (50% доходу) є операцією з високим оборотом коштів, але низькою рентабельністю. Виникає потреба в оперативному обліку авансів, розрахунків з медіамайданчиками та визнання комісійного доходу від цієї діяльності.

5. Падіння рентабельності при зростанні оборотів: Як видно з таблиці, незважаючи на зростання доходу на 23.4%, валовий прибуток зріс лише на 3.7%, а рентабельність впала з 25% до 21%. Це може бути непрямою ознакою неефективного управлінського обліку витрат, їхнього розмитого розподілу або неправильного ціноутворення на окремі послуги.

Таким чином, організаційно-економічний аналіз ТОВ «МЕДІАХАБ» чітко виявляє потреби: у точному калькулюванні собівартості проектів, в розділенні прямих та накладних витрат, в автоматизації обліку доходів за ступенем завершеності та в побудові ефективної системи управлінської звітності. Ці

потреби стануть основою для подальшого аналізу поточної системи бухгалтерського обліку та розробки заходів щодо її вдосконалення.

Аналіз поточної системи обліку

- Переваги: автоматизація (1С), розділення витрат.
- Недоліки (виявлені проблеми):

1. Відсутність чіткої методики розподілу непрямих витрат між проектами
→ спотворення собівартості.

2. Визнання доходу тільки за фактом підписання акту, а не за ступенем завершеності

→ порушення П(С)БО 15, нерівномірний фінансовий результат.

3. В обліковій політиці не визначено критерії визнання власних розробок як НА.

4. Не ведеться детальний аналітичний облік по кожному проекту на рахунках.

Розробка рекомендацій

1. До облікової політики: Внести розділ "Особливості обліку рекламних послуг". Затвердити:

- Метод розподілу непрямих витрат (пропорційно прямій зарплаті проектів).
- Порядок оцінки ступеня завершеності проекту (на основі виконання ключових етапів, затверджених технічним завданням).
- Критерії капіталізації власних НА (вартість від 20 тис. грн, термін використання >1 року).

2. До системи обліку: Створити в 1С детальні аналітичні звіти по проектах:

план-фактний аналіз витрат, розрахунок ступеня завершеності, прогноз прибутковості.

3. До внутрішнього контролю: Ввести обов'язкове щомісячне інвентаризаційне звітування керівників проектів про статус і % завершеності для обліку.

РОЗДІЛ 2
РОЗРАХУНКОВА ЧАСТИНА

Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 01.01.2025 р.

Форма № 1 Код за
ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	71,43	71,43
первісна вартість	1001	76,15	76,15
накопичена амортизація	1002	4,72	4,72
Незавершені капітальні інвестиції	1005	–	–
Основні засоби	1010	287,57	266,57
первісна вартість	1011	394,37	397,37
знос	1012	106,80	130,80
Інвестиційна нерухомість	1015	–	–
Довгострокові біологічні активи	1020	–	–
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	–	–
інші фінансові інвестиції	1035	–	–
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	–	–
Відстрочені податкові активи	1045	–	–
Інші необоротні активи	1090	–	–
Усього за розділом I	1095	359,00	338,00
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	95,11	58,5
Поточні біологічні активи	1110	–	–
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1,78	166,78
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	0,41	1,91
з бюджетом	1135	–	–
у тому числі з податку на прибуток	1136	–	–
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	–	–
Поточні фінансові інвестиції	1160	–	–
Гроші та їх еквіваленти	1165	585,15	582,156

Витрати майбутніх періодів	1170	–	–
Інші оборотні активи	1190	–	–
Усього за розділом II	1195	682,45	809,346
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	–	–
Баланс	1300	1041,45	1147,346
Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	534,00	543,00
Капітал у дооцінках	1405	–	–
Додатковий капітал	1410	–	–
Резервний капітал	1415	–	–
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	34,22	69,956
Неоплачений капітал	1425	(–)	(–)
Вилучений капітал	1430	(–)	(–)
Усього за розділом I	1495	568,22	612,956
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	–	–
Довгострокові кредити банків	1510	445,00	445,00
Інші довгострокові зобов'язання	1515		
Довгострокові забезпечення	1520		
Цільове фінансування	1525		
Усього за розділом II	1595	445,00	445,00
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	4,45	4,45
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	–	–
товари, роботи, послуги	1615	9,43	17,03
розрахунками з бюджетом	1620	2,39	53,052
у тому числі з податку на прибуток	1621	–	–
розрахунками зі страхування	1625	3,06	3,06
розрахунками з оплати праці	1630	8,90	11,798
Поточні забезпечення	1660	–	–
Доходи майбутніх періодів	1665	–	–
Інші поточні зобов'язання	1690	–	–

Усього за розділом III	1695	28,23	89,39
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	–	–
Баланс	1900	1041,45	1147,346

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 01.01.2025 р.**

Форма № 2 Код за ДКУД 1801003

I. Фінансові результати

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	165 000	
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(66 502)	()
Валовий:			
прибуток	2090	98 498	
збиток	2095	()	()
Інші операційні доходи	2120		
Адміністративні витрати	2130	(2 000)	()
Витрати на збут	2150	()	()
Інші операційні витрати	2180	()	()
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	96 498	
збиток	2195	()	()
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220		
Інші доходи	2240		
Фінансові витрати	2250	()	()
Втрати від участі в капіталі	2255	()	()
Інші витрати	2270	()	()
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	96 498	
збиток	2295	()	()
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	24 262	
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	72 236	
збиток	2355	()	()

Оборотно-сальдова відомість

Рахунок	Сальдо початкове		Обороти		Сальдо кінцеве	
	Дт	Кт	Дт	Кт	Дт	Кт
10 «Основні засоби»	394 370	–	3000	–	397 370	–
12 «Нематеріальні активи»	76 150	–	–	–	76 150	–
13 «Знос (амортизація) необоротних активів»	–	111 520	–	24 000	–	135 520
15 «Капітальні інвестиції»	–	–	3 000	3 000	–	–
20 «Виробничі запаси»	5 450	–	3 000	1 500	6 950	–
22 «МШП»	1 060	–	500	–	1 560	–
23 «Виробництво»	320	–	27 892	28 212	–	–
26 «Готова продукція»	38 290	–	28 212	66 502	–	–
28 «Товари»	49 990	–	–	–	49 990	–
30 «Каса»	4 740	–	2 898	1 500	6 138	–
31 «Рахунки в банку»	580 410	–	–	4 392	576 018	–
36 «Розрахунки з покупцями та замовниками»	1 780	–	165 000	–	166 780	–
37 «Розрахунки з різними дебіторами»	410	–	1 500	–	1 910	–
40 «Зареєстрований капітал»	–	534 000	–	–	–	534 000
42 «Додатковий капітал»	–	–	–	9 000	–	9 000
44 «Нерозподілені прибутки (непокриті збитки)»	–	34 220	9 000	44 736	–	69 956
50 «Довгострокові позики»	–	445 000	–	–	–	445 000
60 «Короткострокові позики»	–	4 450	–	–	–	4 450
63 «Розрахунки з постачальниками та підрядниками»	–	9 430	–	7 600	–	17 030
64 «Розрахунки за податками і платежами»	–	2 390	1 802	52 464	–	53 052
65 «Розрахунки за страхуванням»	–	3 060	792	792	–	3 060
66 «Розрахунки за виплатами працівникам»	–	8 900	702	3 600	–	11 798
70 «Доходи від реалізації»	–	–	165 000	165 000	–	–
79 «Фінансовий результат»	–	–	137 500	137 500	–	–
90 «Собівартість реалізації»	–	–	66 502	66 502	–	–
91 «Загальновиробничі витрати»	–	–	1 000	1 000	–	–
92 «Адміністративні витрати»	–	–	2 000	2 000	–	–
98 «Податок на прибуток»	–	–	24 262	24 262	–	–
Всього	1 152 970	1 152 970	643 562	643 562	1 282 866	1 282 866

Журнал реєстрацій

№	Зміст операції	Кореспонденція рахунків		Сума, грн.	Тип бухгалтерських змін
		Дебет	Кредит		
1.	Надійшли виробничі запаси (матеріали) від постачальника на суму	201 «Сировина й матеріали»	631 «Розрахунки з вітчизняними постачальниками»	3000 $3600 \cdot 100 / 120 = 3000$	Збільшення активу, Збільшення пасиву III ТИП
2.	Відображено податковий кредит з ПДВ	641 «Розрахунки за податками»	631 «Розрахунки з вітчизняними постачальниками»	600 $3600 - 3000 = 600$	Зменшення пасиву, Збільшення пасиву II ТИП
3.	Надійшли МШП від постачальника на суму 600 грн. у тому числі ПДВ	22 «Малоцінні та швидкозношувані предмети»	631 «Розрахунки з вітчизняними постачальниками»	500	Збільшення активу, Збільшення пасиву III ТИП
4.	Відображено податковий кредит з ПДВ	641 «Розрахунки за податками»	631 «Розрахунки з вітчизняними постачальниками»	100 $600 - 500 = 100$	Зменшення пасиву, Збільшення пасиву II ТИП
5.	Використано на виробництво продукції матеріали	23 «Виробництво»	201 «Сировина й матеріали»	1500	Збільшення активу, Зменшення активу I ТИП
6.	Нарахована заробітна плата робітникам основного виробництва	23 «Виробництво»	661 «Розрахунки за заробітною платою»	3600	Збільшення активу, Збільшення пасиву III ТИП
7.	Розрахувати та утримати із заробітної плати податок з доходів фізичних осіб	661 «Розрахунки за заробітною платою»	641 «Розрахунки за податками»	648 $3600 \cdot 0,18 = 648$	Зменшення пасиву, Збільшення пасиву II ТИП
8.	Розрахувати та утримати із заробітної плати військовий збір	661 «Розрахунки за заробітною платою»	642 «Розрахунки за обов'язковими платежами»	54 $3600 \cdot 0,015 = 54$	Зменшення пасиву, Збільшення пасиву II ТИП

9.	Нарахувати на заробітну плату єдиний соціальний внесок	23 «Виробництво»	651 «За розрахунками із загальнообов'язковими платежами»	792 $3600 * 0,22 = 792$	Зменшення пасиву, Збільшення пасиву II ТИП
10.	Сплачено з розрахункового рахунка у банку податок з доходів фізичних осіб	641 «Розрахунки за податками»	311 «Поточні рахунки в національній валюті»	648	Зменшення пасиву, Зменшення активу IV ТИП
11	Сплачено з розрахункового рахунка у банку військовий збір	642 «Розрахунки за обов'язковими платежами»	311 «Поточні рахунки в національній валюті»	54	Зменшення пасиву, Зменшення активу IV ТИП
12	Сплачено з розрахункового рахунка у банку нарахування на заробітну плату соціального внеску	651 «За розрахунками із загальнообов'язковими платежами»	311 «Поточні рахунки в національній валюті»	792	Зменшення пасиву, Зменшення активу IV ТИП
13	До каси отримано з розрахункового рахунка у банку заробітна плата до видачі (навести розрахунок)	301 Готівка в національній валюті	311 «Поточні рахунки в національній валюті»	2898 $3600 - 648 - 54$	Збільшення активу, Зменшення активу I ТИП
14	З каси видано робітнику підприємства на закупівлю малоцінних та швидкозношувальних предметів грошові кошти під звіт	372 «Розрахунки з підзвітними особами»	301 «Готівка в національній валюті»	1500	Збільшення активу, Зменшення активу I ТИП
15	<ul style="list-style-type: none"> Придбані основні засоби (верстат) у постачальника на суму 2 400 грн. у тому числі ПДВ (податкова накладна зареєстрована в Єдиному реєстрі податкових накладних) 	152 «Придбання (виготовлення) основних засобів»	631 «Розрахунки з вітчизняними постачальниками»	2 000 $2400 * 100 / 120 = 2000$	Збільшення активу, Збільшення пасиву III ТИП

16	Відображено податковий кредит з ПДВ за придбані основні засоби (верстат)	641 «Розрахунки за податками»	631 «Розрахунки з вітчизняними постачальниками»	400 2400-2000 = 400	Зменшення пасиву, Збільшення пасиву II ТИП
17	Нараховано витрати за транспортування основного засобу (верстат) на суму 1 000 грн. (у неплатника ПДВ)	152 «Придбання (виготовлення) основних засобів»	631 «Розрахунки з вітчизняними постачальниками»	1 000	Збільшення активу, Збільшення пасиву III ТИП
18	Введені в експлуатацію основний засіб (верстат) (підписано Акт приймання-передачі основних засобів) (навести розрахунок первісної вартості верстату)	104 «Машини та обладнання»	152 «Придбання (виготовлення) основних засобів»	3 000 2000+1000= 3000	Збільшення активу, Зменшення активу I ТИП
19	Нараховано знос основних засобів виробничого призначення	23 «Виробництво»	131 «Знос основних засобів»	21 000	Збільшення активу, Зменшення активу I ТИП
20	Нараховано знос основних засобів загальновиробничого призначення	91 «Загальновиробничі витрати»	131 «Знос основних засобів»	1 000	Збільшення активу, Зменшення активу I ТИП
21	Списано загальновиробничі витрати на собівартість виробленої продукції	23 «Виробництво»	91 «Загальновиробничі витрати»	1 000	Збільшення активу, Зменшення активу I ТИП
22	Нараховано знос основних засобів адміністративного призначення	92 «Адміністративні витрати»	131 «Знос основних засобів»	2 000	Збільшення активу, Зменшення активу I ТИП
23	Передана вся готова продукція із виробництва на склад	26 «Готова продукція»	23 «Виробництво»	28 212	Збільшення активу, Зменшення активу I ТИП

24	Реалізована вся готова продукція покупцю 165 000грн.	361 «Розрахунки з вітчизняними покупцями»	701 «Дохід від реалізації готової продукції»	165 000	Збільшення активу, Збільшення пасиву III ТИП
25	Нараховано податкове зобов'язання з ПДВ на реалізовану готову продукцію	701 «Дохід від реалізації готової продукції»	641 «Розрахунки за податками»	27 500	Зменшення пасиву, Збільшення пасиву II ТИП
26	Списана відвантажена покупцям готова продукція за її фактичною собівартістю	901 «Собівартість реалізованої готової продукції»	26 «Готова продукція»	28212 + 38 290 = 66 502	Збільшення активу, Зменшення активу I ТИП
27	Списано на фінансовий результат дохід від реалізації готової продукції	701 «Дохід від реалізації готової продукції»	791 «Результат операційної діяльності»	137 500	Зменшення пасиву, Збільшення пасиву II ТИП
28	Списано на фінансовий результат фактична собівартість реалізованої готової продукції	791 «Результат операційної діяльності»	901 «Собівартість реалізованої готової продукції»	66 502	Зменшення пасиву, Зменшення активу IV ТИП
29	Списано на фінансовий результат адміністративні витрати	791 «Результат операційної діяльності»	92 «Адміністративні витрати»	2000	Зменшення пасиву, Зменшення активу IV ТИП
30	Нараховано податок на прибуток $165000 - 66502 - 2000 = 96\,498$ $134\,788 * 0,18 = 24\,262$	98 «Податок на прибуток»	641 «Розрахунки за податками»	24 262	Збільшення активу, Збільшення пасиву III ТИП
31	Списано на фінансовий результат податок на прибуток	791 «Результат операційної діяльності»	98 «Податок на прибуток»	24 262	Збільшення активу, Збільшення пасиву III ТИП
32	У кінці звітного періоду визначено на фінансовий результат, який списується на	791 «Результат операційної діяльності»	441 «Прибуток нерозподілений»	44 736	Збільшення активу, Збільшення пасиву III ТИП

	рахунок обліку нерозподілених прибутків (непокритих збитків) у порядку закриття рахунку 79 «Фінансові результати»				
33	Перераховано нерозподілений прибуток до зареєстрованого капіталу: <i>для 1 варіанту 3000 грн. з 2 по 10 варіантів 9 000 грн.</i>	441 «Прибуток нерозподілений»	42 «Додатковий капітал»	9 000	Зменшення пасиву, Збільшення пасиву II ТИП

ВИСНОВКИ

На основі проведеного теоретичного та практичного дослідження особливостей бухгалтерського обліку на підприємствах рекламної галузі, зокрема на прикладі ТОВ «МЕДІАХАБ», сформовано наступні узагальнюючі висновки та практичні пропозиції.

1. Рекламна діяльність має специфічну природу, що безпосередньо детермінує особливості обліку. Її ключовими рисами є: проектний характер (кожен контракт – це унікальний продукт із власним життєвим циклом), домінування інтелектуальних витрат (оплата праці креативних та стратегічних фахівців становить основну частку витрат) та комбінована модель доходів, що включає як гонорар за стратегію та креатив, так і комісію від медіазакупівель. Це вимагає побудови гнучкої та деталізованої облікової системи, орієнтованої на центри фінансової відповідальності (проекти).

2. Нормативна база (П(С)БО) достатня для ведення обліку, але її застосування ускладнене специфікою галузі. Найкритичнішими є вимоги П(С)БО 15 «Доход» щодо визнання виручки за методом ступеня завершеності. На практиці, як показав аналіз ТОВ «МЕДІАХАБ», ця вимога часто ігнорується на користь касового методу (визнання за фактом підписання акту), що призводить до спотворення фінансового результату в міжзвітні періоди та порушення принципу нарахування.

3. Ключовою проблемою обліку є формування достовірної собівартості окремого рекламного проекту. Це зумовлено комплексом факторів:

- Складність розподілу непрямих витрат (зарплата керівництва, адміністративні витрати) між одночасно виконуваними проектами.
- Необхідність точного віднесення інтелектуальних витрат, коли один фахівець працює над кількома проектами одночасно.
- Відсутність єдиної методики оцінки незавершеного виробництва (НВ) на кінець звітного періоду для тривалих кампаній. Невірна оцінка НВ безпосередньо впливає на фінансовий результат.

4. Облік активів у рекламній галузі потребує професійного судження. Відмінність між витратами на проект (креатив, переданий клієнту) та власними нематеріальними активами (НА) (розроблена внутрішня методологія, власне програмне забезпечення) часто розмита. Капіталізація таких НА відповідно до П(С)БО 8 дозволяє коректно розподілити їхню вартість у часі, але на практиці витрати частіше списуються одноразово, що не відповідає принципу відповідності доходів і витрат.

5. Аналіз практики ТОВ «МЕДІАХАБ» підтвердив типові галузеві проблеми. Незважаючи на зростання оборотів на 23.4%, падіння рентабельності з 25% до 21% свідчить про втрату контролю над витратами. Це є прямим наслідком відсутності:

- Чіткої методики розподілу накладних витрат.
- Внутрішніх стандартів оцінки ступеня завершеності проектів для потреб бухгалтерського обліку.

Деталізованого управлінського обліку витрат у розрізі проектів, що не дозволяє керівництву приймати оперативні рішення щодо їхньої ефективності.

Практичні пропозиції щодо вдосконалення обліку на рекламних підприємствах (на основі виявлених проблем):

Удосконалення Облікової політики. Запропонувати ТОВ «МЕДІАХАБ» та подібним підприємствам доповнити розділ політики, присвячений особливостям обліку, такими положеннями:

Конкретний метод розподілу загальногосподарських витрат між проектами (наприклад, пропорційно прямій заробітній платі проектного персоналу або плановій вартості проектів).

Формалізована процедура оцінки ступеня завершеності проектів. Встановити критерії завершеності для кожного етапу (стратегія – 30%, креативна концепція – 50%, задача першої публікації – 80% тощо) та закріпити відповідальність керівника проекту за їхній щомісячний моніторинг і підтвердження.

Чіткі критерії визнання внутрішньо розроблених об'єктів як НА

(мінімальна вартість, строк корисного використання, можливість ідентифікації та отримання майбутніх економічних вигод).

Впровадження системи детального аналітичного обліку та управлінської звітності.

Організувати в програмному забезпеченні (1С) аналітику на рахунках витрат (23, 91, 92) та доходів (701) за центрами відповідальності – проектами/контрактами.

Розробити та автоматизувати регулярну внутрішню звітність для керівництва:

«План-фактний аналіз витрат за проектом», «Реєстр проектів із зазначенням ступеня завершеності та фінансового результату», «Аналіз рентабельності за типами послуг (стратегія, креатив, медіа)».

Оптимізація обліку процесів із залученням субпідрядників та медіазакупівель.

Впровадити процедуру закріплення отриманих рахунків-фактур від субпідрядників за конкретними проектами на етапі їх оприбуткування.

Чітко розділяти в обліку суми медіабаїнгу (які проходять за рахунками розрахунків із постачальниками) та власну комісію агентства (яка є доходом), уникаючи їхнього об'єднання.

Специфіка рекламної діяльності вимагає не лише механічного застосування загальних стандартів обліку, але й розробки внутрішніх галузевих методик, спрямованих на подолання проблем проектного обліку витрат, визнання доходів та оцінки активів. Впровадження запропонованого комплексу заходів дозволить ТОВ «МЕДІАХАБ» та іншим підприємствам галузі привести бухгалтерський облік у відповідність до вимог П(С)БО, підвищити точність калькулювання собівартості, забезпечити прозорість фінансових результатів і, як наслідок, підвищити ефективність управлінських рішень та фінансову стійкість бізнесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Податковий кодекс України: станом на 1 січня 2024 року. Офіційне видання. К.: Парламентське видавництво, 2023. 480 с.
2. Цивільний кодекс України: Закон України від 16 січня 2003 р. № 435-IV // Відомості Верховної Ради України. 2003. № 40-44. Ст. 356.
3. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16 липня 1999 р. № 996-XIV // Відомості Верховної Ради України. 1999. № 40. Ст. 365.
4. Про рекламу: Закон України від 3 липня 1996 р. № 270/96-ВР // Відомості Верховної Ради України. 1996. № 39. Ст. 181.
5. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: Наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 № 73 // Офіційний вісник України. 2013. № 23. Ст. 737.
6. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби»: Наказ Міністерства фінансів України від 27.04.2000 № 92 // Офіційний вісник України. 2000. № 22. Ст. 932.
7. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи»: Наказ Міністерства фінансів України від 18.10.1999 № 242 // Офіційний вісник України. 1999. № 46. Ст. 2082.
8. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси»: Наказ Міністерства фінансів України від 20.10.1999 № 246 // Офіційний вісник України. 1999. № 47. Ст. 2124.
9. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Доход»: Наказ Міністерства фінансів України від 29.11.1999 № 290 // Офіційний вісник України. 1999. № 51. Ст. 2346.
10. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати»: Наказ Міністерства фінансів України від 31.12.1999 № 318 // Офіційний вісник України. 2000. № 8. Ст. 299.
11. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і

господарських операцій підприємств і організацій та Інструкція про його застосування: Наказ Міністерства фінансів України від 30.11.1999 № 291 // Офіційний вісник України. 1999. № 50. Ст. 2300.

12. Болюх, М. А., & Костюк, В. О. (2021). Бухгалтерський облік у сфері послуг: теорія, методологія, практика. Навчальний посібник. Львів: Видавництво «Сполом».

13. Герасимович, А. М. (2019). Особливості формування витрат та собівартості в умовах проектно-орієнтованої діяльності. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка, 2(207), 34-41.

14. Головатий, С. Ф. (2022). Проблеми обліку нематеріальних результатів інтелектуальної праці в рекламних агенціях. Облік і фінанси, 3(85), 45-51.

15. Захарчук, І. В., & Петрик, О. М. (2020). Сучасні тенденції бухгалтерського обліку в умовах цифрової економіки. Монографія. Харків: Вид-во ХНЕУ ім. С. Кузнеця.

16. Клим, Л. В. (2021). Облік витрат і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг). Навчальний посібник (2-ге вид., перероб. і доп.). Харків: Вид. «Діса плюс».

17. Козак, Ю. Г., & Мельник, Т. В. (2023). Метод ступеня завершеності як інструмент відповідності доходів і витрат у бухгалтерському обліку послуг. Економіка та держава, 2, 89-94.

18. Медведєва, І. Ю. (2023). Проблеми визнання та оцінки незавершеного виробництва у сфері інтелектуальних послуг. Економіка та суспільство, 47. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2584>

19. Пилипчук, В. С. (2018). Бухгалтерський облік: теорія та практика. Підручник у 2 т. Т. 2. Київ: Центр учбової літератури.

20. Пушкар, М. С., та Болюх, Я. М. (2020). Бухгалтерський фінансовий облік. Підручник (5-те вид., перероб. і доп.). Київ: ТОВ «Альтерпрес».

21. Савченко, О. В. (2022). Організація управлінського обліку витрат на підприємствах рекламної галузі. Інвестиції: практика та досвід, 7, 55-60.

22. Сопко, В. В. (2021). Організація бухгалтерського обліку, економічного

контролю та аналізу. Підручник. Київ: КНЕУ.

23. Федорова, Н. В., & Шевченко, О. О. (2020). Особливості облікової політики для цілей бухгалтерського та податкового обліку на підприємствах сфери послуг. Бухгалтерський облік і аудит, 1, 28-38.

24. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. Законодавство України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua>

25. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. Бухгалтерський облік та звітність. URL: <https://www.mof.gov.ua/uk>

26. Інформаційно-аналітична система «ЛІГА:ЗАКОН». URL: <https://juristliga.ligazakon.net>

27. Професійний портал з бухгалтерського обліку «Бухгалтер 911». Статті, коментарі, консультації. URL: <https://buhgalter911.com>

28. Сайт Асоціації рекламних агенцій України (РАУ). Галузеві дослідження та стандарти. URL: <https://rau.ua>

29. Сайт Державної служби статистики України. Дані щодо діяльності підприємств у розрізі видів економічної діяльності (зокрема, послуги). URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

30. Інформаційний ресурс для фахівців з маркетингу та реклами «Marketing.ua». Аналітика ринку рекламних послуг. URL: <https://marketing.ua>

31. Всеукраїнський професійний журнал «Головбух». URL: <https://news.golovbukh.ua>