

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економічний
Кафедра обліку та оподаткування
Рівень вищої освіти магістр
Спеціальність 071 Облік і оподаткування
Освітня програма облік і аудит
Спеціалізація облік і аудит у підприємстві

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____ Н.М. Шмиголь
« _____ » _____ 2019 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТА

Росліченко Руслана Вікторовича

1. Тема роботи: Облік та економічний аналіз виробництва власної продукції та її реалізації на ПП «ГеоДен»
керівник роботи Гончарова В.Г., к.н.держ.упр, доцент,
затверджені наказом ЗНУ від 04 липня 2019 року № 1110–с.
2. Строк подання студентом роботи 16 грудня 2019 р.
3. Вихідні дані до роботи: Закон України про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні, Положення (стандарти) бухгалтерського обліку № 7, № 9, 15, 16 статистичні дані, Податковий кодекс України, облікові дані та звітність ПП «ГеоДен», а також монографічні дослідження та наукові статті вітчизняних і зарубіжних авторів.
4. Зміст розрахунково–пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): уточнити сутність виробничих запасів як об'єктів обліку та аналізу; узагальнити нормативно–правового забезпечення обліку та аналізу виробничих запасів; дослідити зарубіжний досвід обліку та аналізу виробничих запасів; узагальнити інформаційне забезпечення обліку та аналізу виробничих запасів підприємства; проаналізувати використання виробничих запасів підприємства.
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень): кваліфікаційна робота містить: 6 рис., 24 табл.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
1	к.е.н.держ.упр, доцент Гончарова В.Г.	02.09.2019	02.09.2019
2	к.е.н.держ.упр, доцент Гончарова В.Г.	30.09.2019	30.09.2019
3	к.е.н.держ.упр, доцент Гончарова В.Г.	21.10.2019	21.10.2019

7. Дата видачі завдання: 08 липня 2019 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Складання плану роботи, підбір літератури	серпень 2019	виконано
2.	Написання вступу	серпень 2019	виконано
3.	Виконання першого розділу	вересень 2019	виконано
4.	Виконання другого розділу	вересень 2019	виконано
5.	Виконання третього розділу	жовтень 2019	виконано
6.	Написання висновків	листопад 2019	виконано
7.	Оформлення роботи, одержання відгуку та рецензії	грудень 2019	виконано
8.	Подання роботи на кафедру	грудень 2019	виконано

Студент _____
(підпис)Р.В. Росліченко
(ініціали та прізвище)Керівник роботи _____
(підпис)В.Г. Гончарова
(ініціали та прізвище)**Нормоконтроль пройдено**Нормоконтролер _____
(підпис)В.В. Сьомченко
(ініціали та прізвище)

ЗМІСТ

Завдання на кваліфікаційну роботу	
Реферат	
Summary	
Вступ	9
1 Теоретико – економічні основи обліку готової продукції та її реалізації на підприємстві	
1.1 Економічний зміст та значення готової продукції як об'єкту обліку.....	12
1.2 Особливості формування собівартості готової продукції у виробничому процесі та її оцінка	19
1.3 Економічний зміст процесу реалізації готової продукції	23
2 Облік готової продукції та її реалізації на ПП «ГеоДен»	
2.1 Організаційно – економічна характеристика підприємства	34
2.2 Облік виробництва готової продукції на підприємстві	39
2.3 Облік реалізації готової продукції та визнання доходу	46
3 Аналіз готової продукції та її реалізації на ПП «ГеоДен»	
3.1 Аналіз загального фінансового стану підприємства	61
3.2 Аналіз виробництва продукції та її реалізації.....	69
3.3 Аналіз фінансових результатів діяльності підприємства	77
3.4 Напрямки вдосконалення організації обліку	82
Висновки	84
Перелік посилань	88
Додаток А Баланс	92
Додаток Б Звіт про фінансовий результат	95
Додаток В Звіт про рух грошових коштів	98
Додаток Д Звіт про власний капітал.....	100

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота: 101 с., 6 рис., 24 таблиці, 4 додатків, 42 літературних джерел.

Об'єктом дослідження є процес формування організації бухгалтерського обліку та аналізу виробництва готової продукції та витрат, пов'язаних з їх реалізацією на прикладі ПП «ГеоДен».

Предметом дослідження є теоретичні і практичні аспекти обліково–аналітичного забезпечення виробництва готової продукції та витрат, пов'язаних з її реалізацією.

Мета роботи – дослідити особливості відображення в обліку та провести комплексний аналіз господарських операцій пов'язаних пов'язаних з виробництвом власної продукції та її реалізації на підприємстві ПП «ГеоДен».

Методи дослідження – абстрактно–логічний, балансовий, монографічний, системного аналізу, порівняльний, графічний, спостереження, групування, аналіз і синтез.

Проблеми, пов'язанні із збутом готової продукції, вимагають запровадження постійного аналізу ринку та маркетингової діяльності на рівні підприємства, просування товарів, які виготовляються на підприємстві, зниження собівартості продукції при одночасному зростанні якості, збільшенні прибутковості, що неможливо без виявлення резервів зростання обсягу виробництва та реалізації продукції.

За результатами аналізу було запропоновано:

- для збільшення обсягів реалізації продукції, підприємству необхідно використовувати засоби реклами, створення свого веб–сайту, це сприятиме налагодженню тісних зв'язків між виробником і споживачем, також допомагає ознайомитись споживачу з продукцією;

- для покращення технологічного процесу необхідна закупівля

нового обладнання, переробка сировини та використання відходів, це призведе до підвищення якості та кількості виготовлення продукції.

– запропоновано на основі існуючих методів оцінок готової продукції, найбільш ефективні для досліджуваного підприємства методи оцінки готової продукції виходячи із вибраної облікової політики;

– розроблено пропозиції щодо розширення ринків збуту досліджуваного підприємства на основі проведеного аналізу виробництва та реалізації готової продукції.

АНАЛІЗ, ОБЛІК, ПРОДУКЦІЯ, НЕОБОРОТНІ АКТИВИ,
ФОНДОВІДДАЧА, ФОНДОМІСТКІСТЬ, РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ,
МАТЕРІАЛЬНІ РЕСУРСИ, ЛІКВІДНІСТЬ, ПЛАТОСПРОМОЖНІСТЬ,
ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ, ФІНАНСОВИЙ СТАН, ФІНАНСОВІ
РЕЗУЛЬТАТИ

SUMMARY

Qualification work: 101 pp., 6 fig., 24 tab, 4 supplements, 42 literary sources.

The object of the study is the process of formation of accounting organization and analysis of production of finished products and the costs associated with their implementation on the example of PE «Geoden».

The subject of the study is the theoretical and practical aspects of accounting and analytical support for the production of finished products and the costs associated with its implementation.

The purpose of the work is to investigate the peculiarities of accounting display and to carry out a comprehensive analysis of business operations related to the production of own products and its sales at the enterprise of PE «Geoden».

Research methods – abstract–logical, balance, monographic, system analysis, comparative, graphic, observation, grouping, analysis and synthesis.

Problems related to the sale of finished goods require the introduction of continuous analysis of the market and marketing activities at the enterprise level, the promotion of goods manufactured at the enterprise, reducing the cost of production while increasing quality, increasing profitability, which is impossible without identifying the reserves of production growth and sales of products.

The results of the analysis suggested that:

- in order to increase sales volume, the company needs to use advertising tools, create its own website, it will help to establish close links between the manufacturer and the consumer, also helps to familiarize the consumer with the products;

- Purchase of new equipment, processing of raw materials and use of waste is required to improve the technological process, which will lead to an increase in the quality and quantity of production.

- the methods of estimation of finished products, which are the most effective for the studied enterprise, are offered on the basis of the existing methods

of valuation of the finished products based on the chosen accounting policy;

– proposals for expanding the markets of the studied enterprise based on the analysis of production and sales of finished products.

ANALYSIS, ACCOUNTING, PRODUCT, NON-CURRENT ASSETS,
FUNDAMENTALS, FUNDAMENTALITY, PROFITABILITY, MATERIAL
RESOURCES, LIQUIDITY, SOLVENCY, FINANCIAL SUSTAINABILITY,
FINANCIAL POSITION, FINANCIAL RESULTS

ВСТУП

Питання про облік та економічний аналіз виробництва власної продукції та її реалізації з різним ступенем теоретичного та практичного охоплення розглянуто в багатьох сучасних публікаціях. Серед вчених приділяють значну увагу вивченню цього питання, можна назвати, як іноземних науковців (Е.А. Аренс, В.Ф. Лапій, Дж. Фостер, А.Д. Шеремет), так і вітчизняних (М.С. Пархоμεць, В.В. Сопко, Н.М. Ткаченко, В.М. Пархоменка).

Вищевказані вчені внесли значний вклад в розвиток бухгалтерських і аналітичних досліджень .

Однак ряд проблемних аспектів практичної реалізації вимагає подальшого вивчення і вдосконалення процедур.

Метою кваліфікаційної роботи є розробка теоретичних і методичних основ і практичних рекомендацій щодо вдосконалення організації та методів обліку та аналізу готової продукції.

Для досягнення цієї мети були поставлені такі завдання:

- визначити нормативну базу, яка регулює облік і аналіз готової продукції;
- дослідити організаційно – економічну характеристику підприємства;
- надати докладний опис рівня і характеристик організації бухгалтерії підприємства і основних облікових політик;
- дослідити та аналізувати стан організації і методи обліку готової продукції та її реалізації на підприємстві;
- визначити основні напрямки вдосконалення організації та методів обліку продукції на підприємстві.

Об'єктом дослідження є процес формування організації бухгалтерського обліку та аналізу виробництва готової продукції та витрат,

пов'язаних з їх реалізацією на прикладі ПП «ГеоДен».

Предметом дослідження є теоретичні і практичні аспекти обліково–аналітичного забезпечення виробництва готової продукції та витрат, пов'язаних з її реалізацією.

Розвиток економіки України в сучасних умовах управління потребує кардинальних змін в організації та бухгалтерському обліку. Основним змістом цих змін є приведення всіх елементів системи у відповідність з новими економічними реаліями. Цей процес здійснюється за допомогою низки заходів щодо забезпечення адекватності обліку господарської діяльності компаній, ринкових перетворень, при яких виникає ряд нових аспектів дослідження діяльності компаній, організацій та установ та приймаються у великому масштабі.

Одним із таких аспектів є вивчення методу оцінки та обліку готової продукції та витрат, пов'язаних з їх реалізацією, у зв'язку з обов'язковим використанням усіма господарськими одиницями, незалежно від форм власності, у бухгалтерському обліку та бухгалтерському обліку відповідно до національних норм (стандартів).

За ринкових умов господарювання вітчизняним підприємствам для успішного функціонування й розширення своєї діяльності, а відтак й отримання якомога більших доходів, необхідно виготовляти конкурентоспроможну продукцію й розраховувати тільки на свої сили. Головну роль у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства відіграє обліково – аналітична система виробництва та реалізації готової продукції (товару). Формування готової продукції та її збут є завершальними стадіями операційного циклу виробничого підприємства. За таких умов завданням обліку та аудиту є забезпечення управлінського персоналу інформацією для оперативного регулювання реалізації продукції, планування майбутньої діяльності, запобігання суб'єктивності у процесі прийняття рішень.

Оскільки готова продукція, відповідно до чинного законодавства, відноситься до активів підприємства, тобто ресурсів, які придбані

(виготовлені) в минулому і в майбутньому очікується отримати від їх реалізації та збуту економічну вигоду, – то в бухгалтерському обліку застосування методів її оцінки повинно ні не знижувати витрат на виробництво цієї продукції, ні не завищувати її оцінки. Якщо готова продукція не може принести підприємству економічну вигоду від її реалізації чи обміну, то вона не буде вважатись активом і повинна бути списана з балансу.

Отже, збут продукції підприємства – це насамперед відчуження активів, що належать підприємству, шляхом їх продажу з метою відтворення використаних засобів підприємства від отримання прибутку для задоволення різноманітних потреб підприємства та його власників. Тобто продукція, яку виготовило підприємство переходить у власність покупця. За продажу продукцію підприємство отримує винагороду, зазвичай це безпосередня сума грошових коштів, тому зміцнення фінансового становища виробничого суб'єкта господарювання напряму залежить від своєчасного, якісного виробництва та збуту готової продукції.

Результати кваліфікаційного дослідження апробовано на науково практичному семінарі з темою доповіді «Організаційно – методичні підходи до обліку готової продукції та її реалізації на підприємстві ПП «ГеоДен», також «Економічний зміст процесу реалізації готової продукції».

Кваліфікаційна робота складається з вступу, трьох розділів, висновків. Загальний обсяг роботи становить 101 стандартних машинописних аркуша, що містять – 24 таблиці, 6 рисунків. При написанні роботи використано 42 літературних джерел.

1 ТЕОРЕТИКО – ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ ОБЛІКУ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ТА ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ

1.1 Економічний зміст та значення готової продукції як об'єкту обліку

Продукти можуть бути виробом, роботою, послугою. Як відомо, готові вироби визнаються активом:

- чи є ймовірність, що компанія отримає користь від її впровадження в майбутньому;
- його значення можна визначити надійно.

Відповідно до розділу 7 П (С) БО 9 «Запаси» [63], одиницею обліку готового продукту є найменування або однорідна група (тип). Витрати на придбання товарно – матеріальних цінностей, які були вироблені за рахунок власних коштів компанії, відображаються як виробничі витрати (П (С) БО 9, пункт 10) [63]. Ці витрати визначаються відповідно до П(С) БО 16 «Витрати» [65]. Оскільки готова продукція – це тип товарно – матеріальних цінностей, що виробляються компанією, їх вартість також визначається відповідно до П (С) БО 16 [65]. Вартість готової продукції не змінюється в бухгалтерському обліку, якщо це не визначено в розділі 24 П (С) БО 9 [63].

П (С) БО 16 визначає два поняття цінності для готової продукції [65]:

- виробничі витрати виробництва;
- витрати на збут.

Фактичні витрати на виробництво визначаються для різних потреб: фактичних результатів господарської діяльності, ціноутворення, ефективності технологічних та організаційних рішень, визначення раціональності витрат тощо.

Система обліку повинна включати кількість, якість та вартість готової продукції. Щоб створити обліковий запис продукту, потрібно визначити його

тип. Відповідно до цієї характеристики продукти групуються за формою, рівнем готовності, структурною та технологічною складністю (рис. 1.1).



Рис. 1.1 Загальна схема класифікації готової продукції за характером

За формою продукція поділяється на таку, яка містить формалізований продукт, продукт (наприклад, трактор, хліб тощо); той, який має форму результату роботи (ремонт) або послуги (транспорту) [40, с. 326].

Залежно від рівня готовності продукція поділяється на готову продукцію, напівфабрикати (напівфабрикати) та незавершену продукцію. Готова продукція – це готова продукція, яка перевірена, прийнята, завершена та відповідає технічним умовам та стандартам відповідно до положень договорів із замовником, а за їх відсутності – технічними, договірними чи іншими умовами; Прийнятий, сертифікований і готовий до продажу з магазину на склад.

Напівфабрикати – виробництво окремих технологічних фаз

(підрозділів, цехів, відділень, екіпажів), які не пройшли всі виробничі етапи, передбачені технологічним процесом і потребують доопрацювання або завершення, але завершені на цій фазі. Триває робота над сировиною та матеріалами, які знаходяться у виробництві та переробляються [6, с. 68].

Що стосується організації виставлення рахунків на продукцію, головне визначити їх тип. Відповідно до цієї характеристики продукти групуються за формою, рівнем готовності та технологічною складністю (таблиця 1.1).

Таблиця 1.1

Класифікація готової продукції	
за формою	<ul style="list-style-type: none"> – уречевлена – результати виконаних робіт, наданих послуг
за ступенем готовності	<ul style="list-style-type: none"> – готова напівфабрикат – неготова (незавершене виробництво)
за технологічною складністю	<ul style="list-style-type: none"> – проста – складна (основна, побічна, супутня)

Продукція, що отримується шляхом простого технологічного процесу без відходів виробництва, вважається простою.

Складна продукція – це продукція, яка поділяється на кілька паралельних видів продукції. Основне виробництво – це елемент виробничого процесу, якісні та кількісні параметри якого оцінені і завершення якого завершено. Доля елемента повинна становити понад 90% від загальної вартості виробничого процесу.

Як вихідний елемент виробничого процесу супутня продукція також має якісні та кількісні параметри, які повинні містити характеристики витрат. Він оцінюється за фіксованими або договірними цінами, витрати вилучаються із витрат основного виробництва. Однак такий підхід не можна вважати ні економічно, ні технічно правильним, оскільки власне виробництво побічної продукції – це вартість закупівель [16, с. 190].

На відміну від допоміжних товарів, побічні продукти не потребують

додаткових витрат. Така продукція створюється у складних виробництвах, паралельних основним виробництвам. Для розрахунку основних витрат на продукцію необхідно заздалегідь визначити кількісні, якісні та пов'язані з витратами параметри побічних продуктів.

Оскільки побічні продукти перебувають в одному процесі з основним процесом, краще обчислювати побічні продукти з основним процесом, а не оцінювати їх на основі окремих даних про ціни. У той же час доцільно використовувати метод коефіцієнтів, за допомогою яких можна визначити технічні пропорції та розподілити витрати між різними видами продукції.

Наявність супутніх товарів обумовлює необхідність врахування цих витрат на їх отримання та наявності побічних продуктів – розмежування витрат між готовою та побічною продукцією на основі калькулювання витрат або без урахування витрат на побічні продукти, якщо вони не розраховані, та однієї Оцінка на основі облікових цін. За своїми технічними та іншими властивостями побічні продукти та побічні продукти майже не відрізняються від основних продуктів, так що їх кількісні та якісні параметри схожі з основними.

В результаті готову продукцію класифікують за формою: замовлені та за формою результатів роботи, тобто послуги. За ступенем готовності: готові, напівфабрикати, незавершене. Що стосується структурної та технологічної складності, вона проста і складна. За характером: мажорний, мінорний, мінорний або другорядний.

Виробничі витрати – це виробничі витрати, які визначаються з урахуванням усіх витрат. Усі ці витрати обліковуються як витрати на основну діяльність і здійснюються відповідно до стандартів та правил бухгалтерського обліку.

Готову продукцію можна також оцінити за плановими та фактичними витратами (виробництвом або повними витратами) або за оптовими цінами, якщо цей товар регулюється державними нормами. Бронювання готової продукції від виробництва на склад ґрунтується на рахунках – фактурах

(рахунки – фактури приймання та доставки) або інформації про доставку продукції. Аналітичний облік допомагає відображати готову продукцію за зниженими цінами.

Готові товари слід оцінювати згідно з П (С) БО 9 «Запаси» [63] за їх первісною вартістю придбання. Однак, оскільки така вартість може бути визначена лише після того, як всі витрати були зібрані та фактично обчислені фактичні витрати, необхідне щоденне розрахунок наявності та руху готового продукту для визначення його собівартості. П (С) БО 16 «Витрати» використовується для визначення витрат на придбання продукції (будівельні роботи, послуги).

Виробничі витрати на готову продукцію включають прямі матеріальні витрати, прямі витрати на оплату праці, інші прямі витрати, а також постійні та змінні накладні витрати виробництва [23, с. 37].

Накладні витрати можуть бути змінними або постійними. Всі змінні витрати – прямі та накладні – присвоюються кожній виробничій одиниці на основі фактичного використання виробничих потужностей за методом стандартних витрат. Фіксовані накладні витрати можуть бути розподілені, а також не розподілені [68, с. 407].

Адміністративні витрати не включаються до собівартості готової продукції. Ці витрати відображаються на рахунку 92 «Адміністративні витрати» та реєструються у періоді, в якому вони були понесені [89, стор 112].

В економічній літературі готову продукцію класифікують відповідно до ряду ознак: за формою, за ступенем готовності і за технологічною складністю. Щодо першої ознаки, то виділяють уречевлену (матеріальну) продукцію, результати виконаних робіт, результати наданих послуг, а щодо технологічної складності – виокремлюють просту та складну продукцію, при цьому вирізняють супутню та побічну продукції (рис. 1.2).

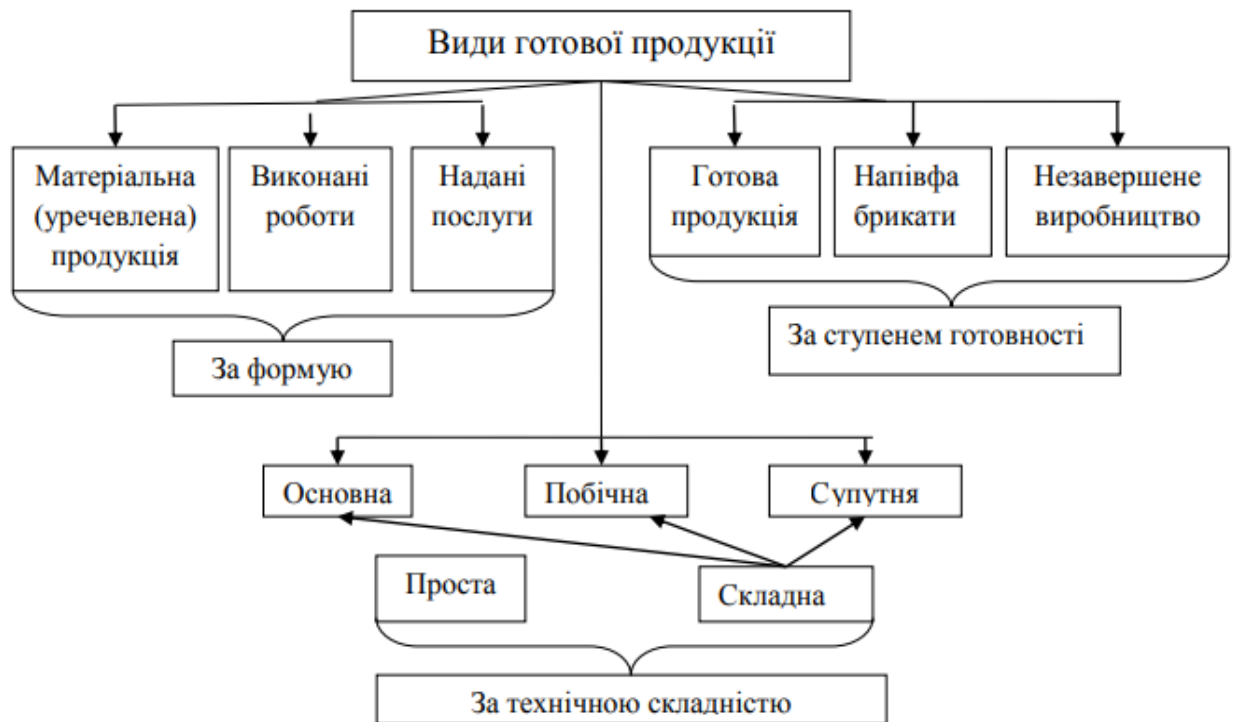


Рис. 1.2 Класифікація готової продукції

Готову продукцію можна оцінити з фактичних виробничих витрат, стандартних витрат на виробництво та неповних витрат [55, с. 150]. Розглянемо цінність кожного методу оцінки детальніше. Оцінка фактичної собівартості продукції використовується порівняно рідко, в основному для одноразових компаній, що виробляють велике унікальне обладнання та транспортні засоби. У цьому випадку обчислені об'єкти діляться на вузли та великі структурні елементи. Виробничі витрати виробу, таким чином, складаються із суми витрат окремих його частин. Доцільно оцінювати готовий продукт виходячи з виробничих витрат компаній з обмеженою номенклатурою масового виробництва, якщо виробництво та реалізація продукції здійснюються щодня. Недоліком цього варіанту оцінки є припущення, що розрахунок витрат є неточним, поки всі роботи не будуть виконані в кінці звітної місяця.

Оскільки фактичний розрахунок продукції за своїм характером не можна проводити щодня, але регулярно, як правило, один раз на місяць (або

рідше), а продукція виробляється щодня в таких випадках, це стосується випадків, коли щоденне надходження продукції має фіксуватися в бухгалтерському обліку. Не чекаючи остаточного розрахунку в кінці місяця, цей дохід відображається не за фактичними витратами, які ще не були розраховані, а за «фіксованими» обліковими цінами (планові витрати, нормативні вимоги) [50, с. 120].

Якщо готову продукцію зберігають за обліковими цінами на кінець звітного періоду після визначення фактичних витрат на готову продукцію, записи про виробництво та доставку коригуються на величину відхилення від фактичних витрат за обліковими цінами шляхом їх порівняння. Від'ємна величина відхилень визначається методом обертання, додатна величина визначається регулярним введенням [43, с. 120].

Для того, щоб правильно визначити фактичну вартість готової продукції за виконану роботу та надані послуги, доцільно визначити роботу, яку ще потрібно виконати наприкінці звітного періоду. Якщо готову продукцію оцінюють за плановими витратами, відхилення від запланованих витрат відображаються окремо від фактичних. Наприкінці місяця ці розбіжності розбиваються між залишками непроданої продукції та продажами.

Нова оцінка собівартості виникає при оцінці нормативних витрат на реалізацію товарно – матеріальних цінностей – надлишкових витрат на виробництво. У цій оцінці визначається відхилення фактичних витрат на виробництво за звітний період від облікової ціни, тобто від регулятивних витрат, і відображається окремо. Фактичні витрати на виробництво обчислюються як різниця між нормативними витратами на виробництво (витратами в межах) і позитивним відхиленням, тобто зниженням витрат у порівнянні зі стандартними. Всі додаткові витрати (негативні відхилення) стосуються фактичної собівартості продажів. Позитивною стороною розрахунку випуску готової продукції за вказаними витратами є рівномірність оцінки в поточному обліку, плануванні та звітності.

1.2 Особливості формування готової продукції у виробничому процесі та її оцінка

Оцінка готового продукту – це метод визначення ціни товару на всіх етапах його створення та продажу, який можна здійснити в бухгалтерському обліку та обліку витрат і заснований на фактичних витратах, пов'язаних з виготовленням продукції ,

На момент продажу готової продукції їх оцінюють за допомогою одного з цих методів [9, с. 48]:

- середньозважена вартість;
- вартість першого отримання (FIFO);

Метод визначення ідентифікованих витрат здійснюється за допомогою спеціальної маркування товару, за допомогою якої завжди можна визначити вартість та дату продажу кожної одиниці зберігання. Цей метод слід застосовувати для готових виробів, які мають високу ціну і невелику кількість.

Ще одна методика, яку варто згадати, – це методика, яка ґрунтується на припущенні, що запаси використовуються в тому порядку, в якому їх отримує компанія, тобто товарно – матеріальних цінностей, які були куплені або продані першими. Цей метод називається FIFO і найчастіше використовується для швидкопсувних товарів, якщо валюта є стабільною та незмінною.

Застосування норм питомих витрат, які визначаються з урахуванням нормального використання товарних запасів, робочої сили, виробничих потужностей та експлуатаційних цін, характеризується оцінкою товарів та готової продукції за регуляторними витратами.

Важливо зазначити, що наприкінці місяця загальний обсяг виробництва оцінюється виходячи із встановленого та затвердженого розрахунку цін компанії та фактичних витрат. Відповідно до випуску готової продукції

визначте результат завершенної роботи підприємства у виробничому процесі, а саме економію чи витрати. Стосовно поточного обліку оцінка проводиться за «фіксованими» обліковими цінами (середньорічні витрати, договірні або оптові ціни або фактичні виробничі витрати).

У випадку, якщо готовий продукт оцінюється за середньорічними плановими витратами, відхилення запланованих витрат від фактичних витрат відобразатиметься окремо. Наприкінці поточного місяця ці відхилення розподіляються між відставаннями непроданої та реалізованої продукції. Якщо оцінки складаються за допомогою інших методів, відхилення визначається як різниця між цими цінами та фактичними витратами.

Продаж готової продукції завершує виробничий процес компанії.

Слід зазначити, що готовою продукцією називають продукцію та напівфабрикати, процес виготовлення яких повністю завершений, або ж ціла продукція відповідає встановленим та діючим стандартам та вимогам чи технічним умовам, доставляється на склад або у замовників та має сертифікат місця виготовлення (земля).

Для виконання такого широкого спектру дій, регулювання відносин між юридичними та фізичними суб'єктами господарювання, врахування їх економічних і суспільних інтересів, необхідно чинно діюче нормативне законодавство. Тобто сукупність норм, правил поведінки, які не суперечать як державним так і індивідуальним інтересам будь – яких підприємств, з обов'язковим врахуванням міжнародного досвіду.

У зв'язку з цим регулювання обліку, аналізу і контролю готової продукції та її збуту здійснюється за допомогою: Податкового Кодексу України, Закону України «Про бухгалтерський та фінансову звітність України», П(С)БО 9 «Запаси», П(С)БО 15 «Дохід», П(С)БО 16 «Витрати», план рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, інших

нормативних документів, затверджених Міністерством фінансів, Міністерством статистики, а також внутрішнім розпорядчим документом підприємства – Наказом про облікову політику.

П(С)БО 16 «Витрати» передбачає класифікацію витрат (рис. 1.3) та наступні варіанти їх відображення в обліку [65]:

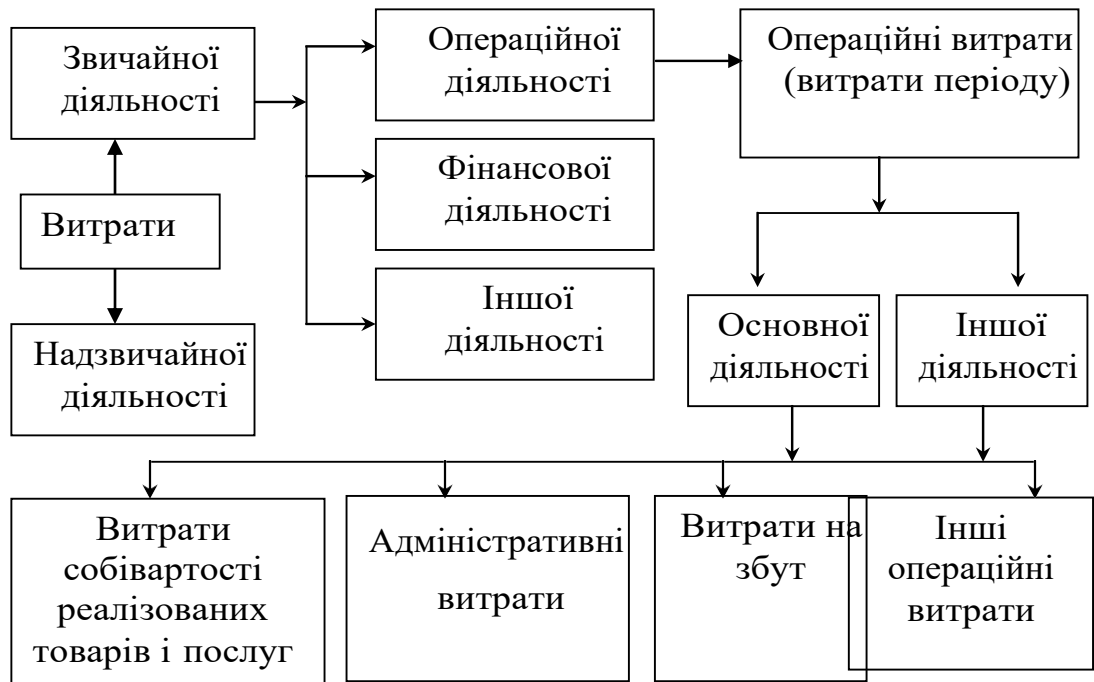


Рис. 1.3 Класифікація витрат діяльності згідно П(С)БО 16 «Витрати»

– групування витрат за економічними елементами на рахунках класу 8, списання прямих і виробничих накладних витрат на рахунок 23 «Виробництво» та віднесення інших витрат на рахунок 79 «Фінансові результати»;

– групування витрат за економічними елементами, з подальшим їх списанням на рахунок 23 «Виробництво» та рахунки витрат за видами діяльності (клас 9), із подальшим віднесенням на результати основної діяльності (рахунок 79 «Фінансові результати»);

– аналогічний попередньому, за виключенням групування витрат за економічними елементами.

Основні норми регулювання обліку готової продукції стосуються її визначення, правильного формування, відображення на рахунках обліку, оформлення відповідними первинними документами, систематизація реалізації продукції відображення її оцінки за обліковими, оптовими цінами та цінами реалізації, формування прибутку або збитку від її збуту.

Основна частина виробництва, яка знаходиться в зоні компанії, – це готова продукція, яка також включає напівфабрикати з власного виробництва, виконані роботи та послуги промислового характеру для власних виробничих майданчиків та компаній, а також для будівництва та організації довгострокових організацій.

Більшість готового продукту продається на сайті, але частина його зазвичай може використовуватися в організації.

Розробка номенклатури, тобто переліку найменувань видів продукції, виготовленої в організації, та класифікації кінцевої продукції враховується в бухгалтерському обліку, правильній організації та при перевірці наявності та руху готової продукції. Що відбувається з певних причин: сорти, бренди, стилі, статті, розміри та інші характеристики.

Слід також зазначити, що при обліку продажу готової продукції в розрахунковому секторі даються дві оцінки:

- кошторис, який компанія склала відповідно до принципів бухгалтерського обліку – первісні витрати;
- кошторис, погоджений сторонами [43, с. 116].

В кінці місяця загальна кількість виробництва оцінюється виходячи з цін, врахованих компанією та фактичних витрат. На основі даних про випуск готової продукції ви визначаєте результат компанії в процесі виробництва (різниця між фактичними та виробничими витратами, які слід враховувати), економію або витрати. В (середньорічна планова собівартість, договірна або оптова ціна, або фактична собівартість продукції). Якщо готову продукцію оцінюють за середньорічними плановими витратами, відхилення запланованих витрат від фактичних витрат відображається окремо.

Наприкінці місяця ці розбіжності розбиваються між залишками непроданої продукції та продажами. При оцінці інших цін відхилення визначаються як різниця між цими цінами та фактичними витратами.

Готова продукція списується за фактичною собівартістю з кредиту рахунку 26 «Готова продукція» в дебет субрахуну 901 «Собівартість реалізованої продукції» різниця.

Процес знецінення готової продукції аналогічний процесу знецінення інших запасів. Це визначено указом про порядок амортизації та продажу залежної продукції з групи споживчих товарів, пов'язаних з виробництвом і цільовим призначенням продукції та надмірних запасів.

Кошторис реалізації готової продукції використовується для відображення собівартості продажів у річній фінансовій звітності, зокрема у «Звіті про фінансові результати» (форма 2).

Стаття «Дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)» таким чином відображає загальний дохід (дохід) від реалізації продукції без урахування знижок, дохід від продажу товарів та податків з продажу (податок на додану вартість, акцизний податок) проти митних зборів. Стаття «Інші вирахування з доходу» відображає знижки, повернення товару або певні суми, що віднімаються від доходу (доходу) від реалізації продукції. У статті «Собівартість реалізованої продукції (продукції, робіт, послуг)» відображаються виробничі витрати на збут, які визначаються згідно з положенням (стандартом) бухгалтерського обліку «товарно – матеріальних цінностей».

1.3 Економічний зміст процесу реалізації готової продукції

В сучасних умовах підприємства повинні бути активними учасниками ринку, прагнути до вигідного розміщення товарної продукції серед

потенційних покупців, розвивати власну мережу торгівлі. За таких умов збут є кінцевою стадією руху фізичного капіталу, що потребує науково обґрунтованого управління нею. Він покликаний забезпечити задоволення потреб споживачів і має здійснюватися максимально ефективно.

Дослідження суті збуту вимагає вивчення середовища функціонування та умов його виникнення. Для розкриття економічного змісту цієї категорії необхідно уточнити загальноекономічну сутність елементів та основних понять, що характеризують збут, визначити його якісну специфіку як об'єкта обліку, контролю та управління.

Для з'ясування суті збуту пропонується розглядати його в рамках ринкових категорій та перетворень як інтегровану систему з розгалуженою структурою, зміст та наповнення якої буде визначатися роллю в господарському процесі і залежатиме від особливостей господарської діяльності самого підприємства. Тобто, роль і місце збуту в господарському процесі може змінюватися залежно від стратегії підприємства та напрямків його розвитку.

Найчастіше збут ототожнюють з реалізацією. Тому виникає необхідність з'ясування економічної суті реалізації. Термін «реалізація» походить від латинського «realiz» і перекладається як «речовий», «дійсний». В обліковій термінології М.К. Пархомиць розглядає її як процес перетворення товарної форми продукції на грошову [60, с. 36–39]. Але така позиція не враховує вимоги ринкової економіки, не розкриває повною мірою суть та економічний зміст реалізації як господарського процесу.

В інших економічних словниках реалізація продукції трактується як її доставка покупцям за певну оплату згідно з укладеними договорами. У вузькому трактуванні вона зводиться до юридичного акту купівлі–продажу.

Окремі науковці розширюють визначення реалізації, характеризуючи її як заключну стадію кругообігу засобів підприємства, при якому господарству відшкодовуються в грошовій формі кошти, затрачені на виробництво і збут товарної продукції [55]. Тобто, збут ними трактується як складова реалізації.

Як завершальний етап операційного циклу реалізація здійснюється через сферу торгівлі, виникнення якої пов'язано з розвитком товарного господарства.

Отже, обіг є не що інше, як економічна форма доведення виробленої продукції до кінцевих споживачів в умовах товарних відносин.

За своїм економічним та обліково – аналітичним характером процес реалізації готової продукції цілком протилежний процесу придбання товарно – матеріальних цінностей підприємства і складається з операцій (рис. 1.4).

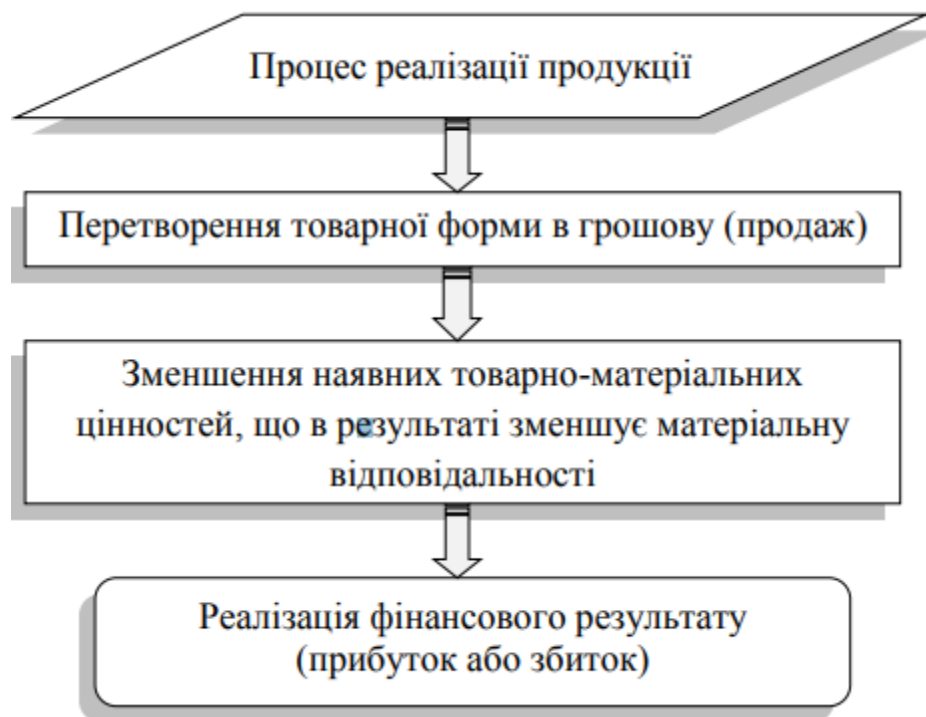


Рис 1.4 Процес реалізації готової продукції

Об'єкти обміну відрізняються за споживчими вартостями, але по вартості вони залишаються рівними, інакше відпадає потреба у здійсненні обміну. Тому наступним етапом розвитку обміну, зовнішнім втіленням вартості товару виступають гроші, як загальний еквівалент. Отже, економічний зміст обміну полягає в зміні прав власності товарів або зміні їх стану.

В процесі купівлі – продажу товарів за грошові кошти відбувається обмін, рух споживчих вартостей, під яким розуміють процес реалізації (реалізація є рухом споживчих вартостей).

Стабільний стан економіки передбачає здійснення постійного двостороннього процесу обміну, який забезпечується існуванням ринку. При цьому в процесі обміну відбувається зміна товарної форми суспільного продукту на грошову та грошової форми на товарну.

На рівні підприємства, реалізація – це процес переходу продукції зі сфери виробництва в сферу обігу на основі акту купівлі – продажу, товарно – грошова форма обміну продукції та послуг підприємства, в результаті якої відбувається відшкодування понесених на виробництво витрат у вартісній формі.

В підприємницькому середовищі збут трактується як система заходів по доведенню товару до споживачів через систему оптової та роздрібною торгівлі [30].

М.С. Палюх характеризує збут як процес реалізації виробленої продукції з метою перетворення товарів у гроші та задоволення запитів споживачів [56, с. 392]. Збут – це міст підприємства до ринку, який повинен забезпечити підприємству достатній рівень рентабельності та можливості її підвищення. Реалізація – це процес і доводить, що успішність збутової системи залежить від правильності формування і використання таких інструментів як: програма збуту, ціна і умови продажу, реклама і стимулювання товароруху, логістика (складування, зберігання, транспортування товарів).

Місце і роль збуту в суспільному відтворенні визначається господарським механізмом, який встановлює умови продажу та розрахунків за реалізовану продукцію, визначає цінову політику. Господарський механізм, складовою якого є збут продукції, супроводжується створенням доданої вартості та отриманням фінансових результатів. Тому окремі його елементи регулюються на загальнодержавному рівні (нарахування і сплата

податків).

Відповідно до положень нормативних актів реалізованою продукцією (роботами, послугами) є вартість відвантаженої продукції (виконаних робіт, послуг), вказана в оформлених, як основа для розрахунків з покупцями (замовниками) документах, включаючи продажну вартість відвантаженої на виконання бартерного контракту продукції (робіт, послуг). Моментом реалізації продукції (робіт, послуг) вважається дата відвантаження (передавання) продукції, товарів (підписання документа про виконання роботи, надання послуги) [31].

Західні вчені – економісти із моментом реалізації поєднують визнання доходів і відмічають, що відповідно до методології обліку доходи від продажу вважаються отриманими в той звітний період, коли право власності на товари перейшло до покупця.

Відповідно до міжнародних стандартів при розрахунку фінансових результатів за фактом здійснення господарської операції застосовується принцип реалізації, який визначає момент визнання товарів реалізованими.

Для забезпечення єдиного підходу до трактування збуту та збутової діяльності в обліковій практиці необхідно розглядати збут продукції в широкому та вузькому розумінні, з позицій виконуваних ним функцій та з врахуванням окремих елементів політики підприємства (управління, маркетингу, обліку).

Отже, в широкому розумінні процес збуту – це послідовна зміна явищ у результаті здійснення торгової діяльності. У вузькому розумінні – це сукупність послідовних дій, що забезпечують можливість отримання позитивного фінансового результату: від орієнтації виробництва на задоволення платоспроможного попиту покупців до отримання грошової виручки в результаті розрахунків.

В ринкових умовах комерційні відносини є невід’ємною частиною господарської діяльності підприємства, які забезпечують стабільність його роботи. Поширення комерційної діяльності зумовлено соціально –

економічними змінами у країні, розвитком малого бізнесу, необхідністю самостійного вибору напрямків продажу для забезпечення ефективного збуту. Такі зміни однаково стосуються великих спеціалізованих та малих підприємств, оскільки із зростанням обсягу виробництва зростає проблема продажу товарної продукції.

Комерція виступає результатом вдалого поєднання процесів виробничо – збутової діяльності підприємства, до складу яких входять матеріально – технічне забезпечення, виробництво та продаж.

Комерційна діяльність в господарстві є досить складним утворенням та інтегрує в собі багато напрямків, серед яких варто виділити наступні:

- матеріально–технічне забезпечення господарського процесу;
- планування виробництва товарної продукції за структурою та асортиментом;
- пошук вигідних партнерів серед постачальників та покупців;
- організація збутових процесів з врахуванням елементів ефективності;
- вибір оптимальної цінової політики;
- оперативний облік та прогнозування ринкових змін і факторів, що впливають на результативність збуту.

Ринкові відносини вимагають від їх учасників високого динамізму. В таких умовах для забезпечення успішної діяльності підприємства повинні володіти «комерційним чуттям ринку». Їх діяльність (незалежно від розміру підприємства) повинна спрямовуватися на досягнення комерційного успіху, що забезпечує отримання очікуваного результату і стабілізацію фінансового стану за рахунок цілеспрямованих дій.

Дослідження розвитку відносин обміну, узагальнення і систематизація існуючих позицій вітчизняних та зарубіжних вчених дозволяють виділити наступні підходи відносно трактування збуту:

- збут як система (впорядкована за структурною будовою, цілеспрямована сукупність окремих елементів, які знаходяться у чітко

визначеній організаційній, інформаційній, технологічній та економічній єдності);

– збут як діяльність, представлена набором функцій, що регулюються на постійній основі в тісному зв'язку та координації з іншими специфічними функціями підприємства. В даному випадку збутовою діяльністю ми вважаємо специфічну форму відносин, яка буде включати ціль, засоби, результат і сам процес збуту.

– збут, як вихідний пункт вдосконаленого розвитку різновидності комерції та підприємництва – продаж виробленого товару, який, з ростом конкурентної боротьби, трансформується в маркетингову діяльність.

Останній підхід до трактування збуту залишається дискусійним і не має одностайної підтримки. Для його пояснення необхідно з'ясувати суть та сферу використання маркетингу.

Маркетинг включає реалізацію збутової політики з визначенням каналів і методів збуту відносно кожного окремого виду товарної продукції, розрахунок можливих затрат на організацію збуту. Разом з тим, організація збуту та здійснення збутових операцій належить до господарської діяльності і сфер управління, до якої відноситься маркетинг. Тобто, маркетинг, як підсистема менеджменту, забезпечує можливість організації та ефективного управління збутовим процесом [54, с. 25].

Оскільки готова продукція, відповідно до чинного законодавства, відноситься до активів підприємства, тобто ресурсів, які придбані (виготовлені) в минулому і в майбутньому очікується отримати від їх реалізації та збуту економічну вигоду, – то в бухгалтерському обліку застосування методів її оцінки повинно ні не знижувати витрат на виробництво цієї продукції, ні не завищувати її оцінки. Якщо готова продукція не може принести підприємству економічну вигоду від її реалізації чи обміну, то вона не буде вважатись активом і повинна бути списана з балансу.

На основі аналізу літературних джерел з організації збуту на

підприємствах ми дійшли висновку, що за економічною суттю маркетинг і збут є різними категоріями. Маркетологи трактують збут як основну функцію маркетингу, що базується на ринкових досягненнях, пошуку ефективних каналів і форм продажу, контролю за процесом реалізації. Ми розглядаємо збут як процес, що поєднує операції з моменту відокремлення товару від виробника (з передачі права власності).

Збутова політика підприємства – це обрана керівництвом сукупність збутових стратегій маркетингу (стратегій охоплення ринку, позиціонування товару) і комплекс заходів (рішень і дій) по формуванню асортименту товарної продукції та ціноутворенню, формуванню попиту і стимулюванню збуту (обслуговування покупців, комерційне кредитування, знижки), укладанню договорів продажу товарів, товароруху, транспортуванню, інкасації дебіторської заборгованості. Це спосіб здійснення збутової діяльності.

На відміну від збутової політики, збутовою діяльністю слід вважати комплекс заходів, що починається з планування об'ємів реалізації товарної продукції з врахуванням кінцевої мети продажу; включає цінову політику на основі ринкових змін, пошук вигідних каналів збуту та чинників, які стимулюють збутовий процес і забезпечують його максимальну ефективність.

Будь – яка діяльність включає ціль, засоби її досягнення, результат і сам процес. Таким чином, збутова діяльність є результатом здійснення збутової політики, яка передбачає аналіз можливих варіантів організації та здійснення збутових операцій з метою вибору найбільш оптимального, який би забезпечував отримання максимальних результатів господарювання.

Збутова політика формується на основі цілей і задач збутової діяльності. Вона повинна відповідати бізнес – концепції організації, обраному курсу дій (орієнтирів). Отже, збутова політика є основою здійснення збутової діяльності і залежить від впливу наступних чинників:

- споживачі (кількість, концентрація, потреби);

- збутовий потенціал підприємства (ресурси і маркетингові можливості); конкуренція;
- канали розподілу (альтернативи, доступність).

Збутова політика підприємства повинна орієнтуватися на:

- отримання підприємством прибутку в звітному періоді та забезпечення передумов і гарантій його отримання в майбутньому;
- максимальне задоволення платоспроможного попиту споживачів;
- довгострокову ринкову стійкість та конкурентоспроможність підприємств.

Ці орієнтири визначає ринок, оскільки саме він надає виробникам с.–г. продукції різні можливості для її збуту і, одночасно, накладає на них певні обмеження.

Розробка збутової політики підприємства передбачає визначення її стратегії і тактики з використанням прогнозування, планування, обліку, аналізу та контролю операцій по збуту товарної продукції.

Таким чином, збутова політика визначає напрям збутової діяльності та включає комплекс збутових операцій, здійснення яких на підприємстві повинно забезпечити ефективний збут. За таких умов збутова політика підприємства повинна бути базою для розробки постачальницької, виробничої, інноваційної та фінансової політики.

Отже, реалізація як економічна і облікова категорія займає важливе місце у теоретичних дослідженнях, а також у практичному використанні бухгалтерами і фінансистами. Для організації та управління збутом процес реалізації необхідно розглядати комплексно, як ланцюг послідовних заходів із загальними та специфічними проявами. Обов'язковою умовою його здійснення є забезпечення економічної доцільності результатів збутової діяльності.

Отже, нами розглянуто економічну суть готової продукції та її значення в отриманні прибутку на ПП «ГеоДен», визначені основні завдання обліку щодо документального оформлення руху готової продукції,

розглянуто класифікацію готової продукції згідно з П(С)БО 9 та способи її оцінки при випуску з виробництва та продажу.

В умовах переходу економіки України до ринку, все більше виникає необхідність активніше використовувати бухгалтерський облік і аналіз в управлінні виробничим процесом. Суттєво за останній час змінилась бухгалтерська звітність. Її склад, зміст стали відповідати міжнародній практиці. Головне завдання трансформації національної системи бухгалтерського обліку полягає в прискоренні процесу приведення її у відповідність з вимогами ринкової економіки та Міжнародними стандартами бухгалтерського обліку. Надані суб'єктам господарювання можливості визначати межі та форми внутрішньовиробничого (управлінського обліку).

Принцип формування бухгалтерської інформації розглянуто в двох напрямках:

- звичайний виробничий облік, головною метою якого є отримання облікових даних про витрати випуску продукції і оприбуткування її на склад, а також очікуваний прибуток від її реалізації;
- використання отриманої інформації про фактичні витрати і нормативну собівартість з метою прогнозування майбутніх витрат виробництва і прийняття управлінських рішень.

Щоб поліпшити управління витратами та контроль за формуванням собівартості на ПП «ГеоДен» можливо шляхом впровадження нормативного методу обліку витрат безпосередньо в облікових бухгалтерських регістрах, затвердивши його застосування в наказі про облікову політику. Зарубіжний аналог такого методу обліку відомий під назвою «стандарт – кост». Відповідно до нього облік витрат, випуску продукції та незавершеного виробництва ведеться за нормативними значеннями.

При цьому в робочий план рахунків ПП «ГеоДен» пропонується ввести додаткові рахунки й субрахунки, на яких відображаються нормативні витрати та відхилення від норм. За дебетом рахунків відхилень від норм відобразатимуться перевитрати, тобто негативні відхилення, а за кредитом –

позитивні. В кінці кварталу перед складанням фінансової звітності потрібно провести коригування фактичних значень вартості готової продукції і собівартості реалізованої продукції на виявлені відхилення.

На ПП «ГеоДен» при відпуску запасів у виробництво їх оцінку здійснюють за методом середньозваженої собівартості. Готову продукцію оцінюють за фактичною виробничою собівартістю.

2 ОБЛІК ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ТА ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЇ НА ПП «ГЕОДЕН»

2.1 Організаційно – економічна характеристика підприємства

ПП «ГеоДен» виробляє та надає послуги з продажу та їх поставку меблів та предметів обстановки. Все це відбувається на підприємстві, оснащеним сучасним обладнанням і спецінструментом.

Асортимент ПП «ГеоДен» включає в себе: шафи, комоди, тумби, ліжка, дивани, лави, кушетки, крісла та багато іншого включаючи меблі для роботи, відпочинку, дитячих кімнат.

Приватне підприємство «ГеоДен» було засновано в травні 1994 році і створена відповідно до Господарського, Цивільного кодексів та інших нормативних актів України. ПП «ГеоДен» знаходиться за адресою – м. Запоріжжя, вул. Незалежної України 39а.

Метою діяльності підприємства ПП «ГеоДен» є виробнича, комерційна діяльність, спрямована на одержання прибутку та на задоволення потреб населення.

Для прийняття управлінських рішень у сферах виробництва, фінансів та інвестицій керівництву необхідно постійно інформувати про відповідні питання, що впливають із відбору, аналізу, оцінки та концентрації вихідної інформації.

Облікова політика підприємства ПП «ГеоДен» – це сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для складання та подання фінансової звітності. Під принципами бухгалтерського обліку розуміють правила яким необхідно користуватись при вимірюванні, оцінки та реєстрації господарських операцій при відображенні їх результатів у фінансовій звітності.

Організаційна структура підприємства ПП «ГеоДен» побудована за

принципом розподілу обов'язків між функціональними підрозділами.

Бухгалтерія займається обліком всіх операцій на рахунках підприємства ПП «ГеоДен» розраховується з постачальниками та покупцями, веде документальне оформлення, реєстр, формує звіти тощо. До штату підприємства введена посада бухгалтера, а також, створена бухгалтерська служба на чолі з головним бухгалтером. Проте, організація бухгалтерського обліку на підприємстві ПП «ГеоДен» є компетенцією його власника. Власник несе відповідальність за:

- організацію бухгалтерського обліку;
- забезпечення фіксування фактів здійснення всіх господарських операцій в первинних документах;
- збереження та обробку документів, реєстрів обліку протягом встановленого терміну але не менше трьох років.

Головний бухгалтер підприємства ПП «ГеоДен» несе відповідальність за:

- забезпечення дотримання на підприємстві виготовлення з єдиних методологічних засад бухгалтерського обліку складання та подання у встановлені строки фінансової звітності;
- організацію контролю за відображення на рахунках бухгалтерського обліку всіх господарських операцій;
- прийняття участі в оформленні матеріалів, пов'язаних з нестачею та відшкодуванням втрат від псування активів підприємства;
- забезпечення перевірки стану бухгалтерського обліку в філіях представництвах відділеннях підприємства.

Процес управління товарообігу базується на наступних принципах: програмно – цільовий, комплексності, науковості, безперервності.

Облікова політика підприємства ПП «ГеоДен» – це сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для складання та подання фінансової звітності. Під принципами бухгалтерського обліку розуміють правила яким необхідно користуватись при вимірюванні,

оцінки та реєстрації господарських операцій при відображенні їх результатів у фінансовій звітності.

Під методом бухгалтерського обліку розуміють:

- методи нарахування амортизації на основні засоби;
- методи оцінки запасів при їх вибутті;
- методи нарахування резерву сумнівних боргів та ін.

До процедур можна віднести форми бухгалтерського обліку, правила документообігу, технологію обробки облікової інформації. Всі зміни облікової політики підприємства ПП «ГеоДен» розкриваються в фінансових результатах.

Бухгалтерський облік на ПП «ГеоДен» ведеться безперервно з дня реєстрації та до його ліквідації у автоматизованій формі із застосуванням комп'ютерної бухгалтерської програми 1С Бухгалтерія.

Підприємство застосовує рахунки класу 9 відповідно до Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затвердженого наказом Міністерства фінансів України від 30 листопада 1999 року № 291.

Для оцінки вибуття запасів підприємство використовує метод середньозваженої собівартості за методом оцінки щомісячної середньозваженої собівартості. Проводиться щодо кожної одиниці запасів діленням сумарної вартості залишку таких запасів на початок звітного місяця і вартості одержаних у звітному місяці запасів на сумарну кількість запасів на початок звітного місяця і одержаних у звітному місяці запасів.

Одиницею аналітичного обліку запасів є їх найменування (однорідна група, тип, сорт, розмір тощо).

У місцях зберігання (на складах, в коморах) запаси обліковуються в натуральних одиницях.

Амортизація основних засобів (крім інших необоротних матеріальних активів) нараховується прямолінійним методом. Амортизація нематеріальних активів нараховується прямолінійним методом.

Загальний фінансовий стан характеризується наступними показниками.

Таблиця 2.1

Техніко – економічні показники ПП «ГеоДен» за 2016–2018 роки.

Показники	Роки		
	2016	2017	2018
1	2	3	4
Статутний капітал, тис. грн.	1,18	1,18	1,18
Власний капітал, тис. грн.	1529,42	1755,40	1807,14
Фінансові результати			
Чистий дохід від реалізації, тис. грн.	820,13	970,50	785,25
Собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	562,06	582,09	572,71
Валовий прибуток, тис. грн.	245,22	374,88	212,54
Капіталовіддача	1,27	1,45	2,15
Рівень витрат на одну гривню реалізованої продукції	0,77	0,89	0,83
Рентабельність реалізації, %	23,46	10,82	17,17

Як видно з таблиці 2.1, власний капітал ПП «ГеоДен» у 2016 році становив 1529421,7 грн. За рахунок чистого прибутку, досягнутого у звітному періоді, власний капітал збільшився на відповідну суму і становив 1807144,7 грн. Відповідно, власний капітал на кінець 2018 року становив 1807144,7 грн. Зміни статутного капіталу протягом трьох звітних періодів не відбулися, тобто на початок 2016 року та на кінець 2018 року він становив 1,182,5 грн.

Через отримання в 2016 році чистих продажів 820125,2 грн вартістю 562056,2 грн, валовий прибуток компанії становив 245222,2 грн.

В результаті фінансової діяльності за 2017 рік валовий прибуток зріс до 374 877,2 грн. Це було пов'язано із збільшенням чистого продажу до 970 496,4 грн, тоді як вартість продажу зросла до 582 085,4 грн.

На кінець 2018 року валовий прибуток компанії становив 212 533,2 грн. Він утворився в результаті отримання чистого продажу в розмірі 785248,9 грн. до собівартості продажів 572 705,7 грн.

Джерела формування майна підприємства:

- грошові і матеріальні внески засновників підприємства;

- доходи, отриманих від реалізації продукції, послуг, а також від інших видів господарської діяльності;
- кредити банків і інших кредиторів;

Майно підприємства складають виробничі і невиробничі фонди, а також інші цінності, вартість яких відображається в самостійному балансі підприємства.

Аналіз майна підприємства включає аналіз складу майна та його структури, дослідження джерел створення майна, зміни компонентів майна та джерел його створення.

Найважливішими методами аналізу нерухомості є вертикальний і горизонтальний методи аналізу балансу, а також метод фінансових показників.

Доцільно провести горизонтальний та вертикальний аналіз структури багатства ПП «ГеоДен» за 2016–2018 роки (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Аналіз активу балансу ПП «ГеоДен» (тис. грн.)

№	Актив	2016	2017	2018	Відхилення 2016–2017 р.	Відхилення 2017–2018 р.
1	2	3	4	5	6	7
1	Необоротні активи					
	Основні засоби і нематеріальні активи	1426,7	1383,2	1386,1	–43,4	2,8
	Довгострокові фінансові інвестиції	81,1	97,0	135,0	15,9	38,0
	Всього за розділом 1	1509,2	1504,0	1564,5	–5,2	60,4
2	Оборотні активи					
	виробничі запаси та незав. вир–во	21,4	30,0	57,8	8,6	27,8
	готова продукція	0,2	0,3	0,3	+0,1	0,0
	товари	37,8	35,5	33,5	–2,3	–2,0
	інші запаси і витрати	2,0	3,9	3,4	1,8	–0,5
	грошові кошти	0,4	0,9	0,9	0,5	–0,1
	короткострокові фінансові вкладення					
	Дебіторська заборгованість	37,9	35,7	33,6	–2,2	–2,2

Продовження табл. 2.2

1	2	3	4	5	6	7
	Дебіторська заборгованість за рахунками	274,1	233,4	548,4	-40,7	315,0
	Інша поточна дебіторська заборгованість	258,3	78,1	39,0	-180,2	-39,1
	інші активи	261,1	200,8	97,0	-60,3	-103,8
	Всього за розділом 2	596,9	504,5	74,1	-92,4	-430,4
	БАЛАНС	2106,1	2010,5	2305,3	-97,6	296,8

З наведеної вище таблиці 2.2 видно, що наприкінці 2017 року відбулося зменшення власності ПП «ГеоДен» на 97559,3 грн. Це негативний момент, оскільки вказує на обмеження виробничої діяльності. Однак наприкінці 2018 року власність компанії зросла на 296 790,1 грн. Це свідчить про розширення фінансової діяльності та, як правило, позитивну особливість компанії.

Абсолютна вартість акцій компанії у 2016 році становила 21416,9 грн. За звітний період вони збільшилися на 36 354,0 грн та становили на 57,770,9 грн на кінець 2018 року. Зростання вартості запасів є позитивним лише в тому випадку, якщо товарообіг не зменшується. Інакше це негативне явище.

2.2 Облік виробництва готової продукції на підприємстві

Основними завданнями бухгалтерського обліку готової продукції ПП «ГеоДен» та її реалізації є:

- перевірка виконання плану випуску продукції та її відвантаження на ПП «ГеоДен»;
- правильне і своєчасне оформлення первинних документів руху продукції на складі (у матеріально-відповідальних осіб) ПП «ГеоДен»;
- правильне і своєчасне оприбуткування й списання готової продукції ПП «ГеоДен» на основі первинних документів, що дозволяє здійснювати

контроль за збереженням продукції;

- отримання даних про кількість і вартість випущеної продукції ПП «ГеоДен»;

- контроль за відвантаженням продукції та розрахунками з покупцями згідно з укладеними угодами;

- визначення залишків готової продукції на складах, контроль за відповідністю фактичних залишків з обліковими;

- контроль за виконанням обсягів продажу та витратами по збуту ПП «ГеоДен»;

- контроль за витратами та доходами від її реалізації.

Готова продукція у ПП «ГеоДен» обробка якої закінчена та яка пройшла випробування, приймання, укомплектування згідно з умовами договорів, відповідає затвердженим стандартам, пройшла технічний контроль підприємства і здана на склад або замовнику (покупцю) згідно з діючим порядком прийняття продукції. Продукція є результатом виробництва. Всі елементи виробничого процесу – сировина, матеріали, які перебувають на різних його стадіях – утворюють незавершене виробництво.

Готова продукція на ПП «ГеоДен» проходить наступні етапи:

- виробництво продукції та доставка на склад;

- зберігання продукції на складах компанії;

- місцеве виробництво та доставка (доставка) для не вітчизняних покупців;

- випуск продукції для внутрішніх потреб основних цехів, для продажу продукції;

- продаж продукції, отримання коштів від покупців за продану продукцію.

Розрахунок готової продукції ПП «ГеоДен» повинен бути організований на всіх фазах (етапах) його руху. Оформлення кінцевої продукції та їх продаж необхідні для того, щоб контролювати наявність, переміщення та зберігання продукції, правильно та своєчасно бронювати їх

на складі та отримувати точні дані про кінцеву продукцію на складі.

Готову продукцію показують ПП «ГеоДен» відповідно до місць зберігання та окремих типів у нерухомих одиницях:

- природні речовини, що характеризують кількість, об'єм та масу продуктів відповідно до їх фізичних властивостей;
- умовні, звичайно, які необхідні для отримання загальних показників обліку однорідної продукції.

Залежно від типу випуску готової продукції на виробництво, облік складається та відображається по – різному. Якщо товар має фізичну природу, це означає, що його потрібно здати на склад. У цьому випадку кількісний облік кінцевої продукції за типом та місцем зберігання може бути організований різними способами, аналогічно запису запасів (тобто в складських карт обліку запасів на основі процесів приймання, інформації) або безкартковим методом.

Вивільнення продукції з виробництва та його здача на склад відбувається через накладні, інформацію, приймальні документи, закони приймання, на яких зазначаються: дата, номер цеху та складу, назва товару, номер номенклатури, одиниці виміру, кількість, ціна за одиницю. Вони написані у двох примірниках, один з яких призначений для відправника, а другий залишається на складі. На основі другого примірника рахунка–фактура фінансовий офіцер фіксує бронювання готової продукції на картках бронювання складів та передає їх у бухгалтерію разом із матеріальним звітом. Кількість продуктів, які потрібно додати на склад, їх вага та обсяг необхідно виміряти, підрахувати та зважити при необхідності.

Готова продукція кількісно виставляється на рахунки в рахункових регістрах (картки, інформація, балансова інформація, чековий рахунок або фондова книга) на складі ПП «ГеоДен». Зарахування готової продукції на карти складського обліку ПП «ГеоДен» відбувається за назвами та видами (номенклатурні номери). Записи на картках робляться для кожного надходження доходів і витрат із зняттям залишку після кожного запису.

Безкартковий метод щодня використовує ПП «ГеоДен» для збирання даних про роботу для виставлення рахунків на виробництво та транспортування готової продукції в розрізі складів та інших місць зберігання. Особливу увагу слід приділити зважуванню даних про доставку, відправлення та залишкові продукти. Готова продукція періодично проводиться на інвентаризацію.

При створенні повністю автоматичних складів поселення готової продукції в ПП «ГеоДен» у звичайній картковій формі не підтримується, а дані, необхідні для адміністрування, доступні як інформація на запит. Для цього використовуються сучасні комп'ютерні системи з відповідним програмним забезпеченням, картки замінюються машинними та програмами за назвою чи типом.

Необхідною умовою організації обліку готової продукції в ПП «ГеоДен» є наявність преїскуранта. Він дає тип кожного товару, його відмінні ознаки, присвоєний код, номер присвоєної йому зведеної номенклатури за весь період виготовлення та збуту продукції в компанії, бухгалтерський облік та фактичну ціну.

При використанні комп'ютерів у бухгалтерському обліку ПП «ГеоДен», крім номенклатурного прайс – листа, розробляється комплекс списків товарів, які оподатковуються різними податками, переліки кварталних та середньорічних витрат, платників та одержувачів. Рахунки на товари, що поставляються та експортуються на внутрішньому ринку, створюються як каталоги. Посібники містять найменування продукту, код та параметри (ціна, вартість, податки тощо). Усі ці дані записуються на машинних схемах і використовуються для щоденного управління запасами та обліку.

З метою врахування виробництва продукції, виготовленої з ПП «ГеоДен», ведення бухгалтерського обліку за допомогою комп'ютера здійснюється розрахунок готової продукції, що доставляється на склади підприємства, у фізичному та фінансовому відношенні. Ця інформація

використовується для контролю за виконанням бізнес – планів та для обліку записів на синтетичних рахунках.

Готова продукція оцінюється відповідно до П(С)БО 9 «Запаси» за первісною вартістю. При визначенні первісної вартості продукції (робіт, послуг) також керуються П(С)БО 16 «Витрати».

Аналітичний облік готової продукції ведуть по видах готової продукції. Синтетичний облік ведуть на рахунку 26 «Готова продукція». По дебету відображають фактичну собівартість випущеної готової продукції, по кредиту – фактичну собівартість реалізованої готової продукції в звітному місяці. Сальдо по дебету означає залишок готової продукції на складі за фактичною собівартістю.

Відображення в бухгалтерському обліку випуску готової продукції з виробництва

Таблиця 2.3

Облік випуску готової продукції з виробництва

№ п/п	Зміст господарської діяльності	Дт	Кт	Сума, грн
1.	Надходження з виробництва готової продукції по облікових цінах	26	23	120400,0
2.	Відхилення від облікових цін	26	23	-4600,0
	Сума фактично випущеної продукції			115800,0
3.	Передача на склад готової продукції напівфабрикатів, призначених для реалізації	26	25	80000,0
4.	Зарахована на баланс покупця вартість готової продукції частиною придбаного підприємства	26	377	2000,0
5.	Отримана готова продукція безоплатно	26	718	1000,0
6.	Відображена вартість надлишків готової продукції, виявлених при інвентаризації	26	718	1000,0
		26	719	100,0

Випуск продукції ПП «ГеоДен» з виробництва та передача її на склад оформлюється накладними, відомостями, приймально–здавальними документами, актами приймання, в яких вказується: дата, шифр цеху і складу, найменування продукції, номенклатурний номер, одиниці виміру, кількість, ціна за одиницю. Вони виписуються в двох примірниках, один з яких призначений для здавальника, а інший залишається на складі.

Для обліку випуску готових виробів з виробництва бухгалтерія ПП «ГеоДен» складає відомість випуску готової продукції, зданої на склади підприємства, в натуральному і вартісному вираженні. Дані цієї відомості використовують для контролю за виконанням завдання по обсягу виробництва і для бухгалтерських записів на рахунках синтетичного обліку.

Для узагальнення інформації про наявність та рух готової продукції підприємства використовується рахунок 26 «Готова продукція».

На перше число кожного місяця комісією в складі трьох чоловік проводиться інвентаризація залишків готової продукції на складі.

При списанні готової продукції з рахунку 26 «Готова продукція» сума відхилень фактичної виробничої собівартості від вартості за обліковими цінами, що відноситься до цієї продукції, визначається у відсотку, який обчислюється як відношення відхилень на залишок готової продукції на початок місяця та відхилень по продукції, яка здана на склад протягом місяця, до вартості продукції за обліковими цінами.

Так, при надходженні виготовленої продукції із підрозділів основного і допоміжного виробництв на склад підприємства ПП «ГеоДен» оформляється «Прибутковий ордер» (типова форма № М-4). Вказаний документ складається у двох екземплярах. Перший екземпляр із підписом представника цеху, що здає на склад продукцію, залишиться у комірника, а другий із підписом комірника – у представника цеху. За допомогою цього досягається контроль і взаємоперевірка звітних даних як по складу, так і по виробничому підрозділу.

Для оплати реалізованих підприємством готової продукції або товарів на адресу покупця виставляється «Рахунок – фактура» (форма № 868).

Відвантаження із складу ПП «ГеоДен» реалізована продукція здійснюється на підставі документа «Товарно – транспортна накладна».

Узагальнена інформація за операціями на ПП «ГеоДен», пов'язаними з рухом готової продукції і товарів на підставі звітів виробничих підрозділів та звітів про рух матеріальних цінностей зі складу, знаходить своє відображення

при журнально – ордерній формі обліку у журналах – ордерах № 3, № 5, № 6

Для узагальнення інформації про собівартість реалізованої готової продукції, товарів, виконаних робіт, наданих послуг призначено рахунок 90 «Собівартість реалізації».

Собівартість реалізованої продукції складається з наступних витрат (рис. 2.1)

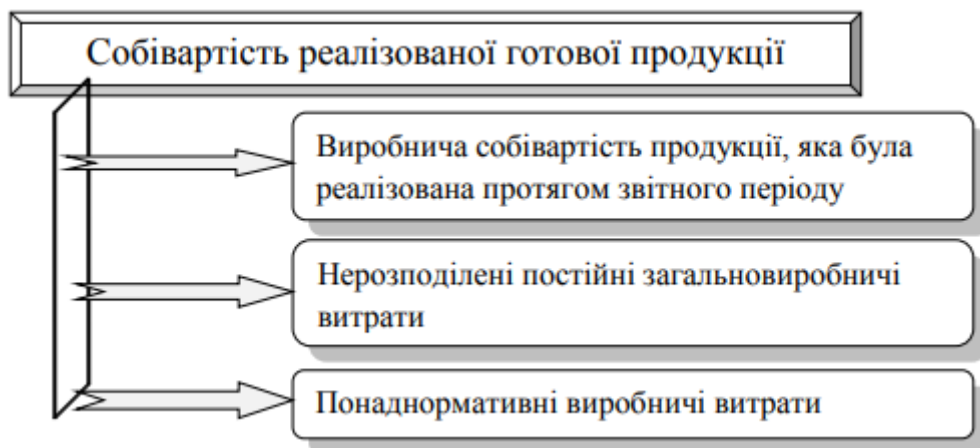


Рис. 2.1 Склад собівартості реалізованої продукції

Адміністративні витрати, витрати на збут та інші операційні витрати не включаються до складу виробничої собівартості готової та реалізованої продукції, а тому інформація про такі витрати узагальнюється на рахунках обліку витрат звітного періоду – 92 «Адміністративні витрати», 93 «Витрати на збут», 94 «Інші витрати операційної діяльності».

При встановленні ціни на свою продукцію ПП «ГеоДен» дотримується таких вимог:

- відшкодувати витрати понесені виробництвом ПП «ГеоДен» на виготовлення продукції;
- відшкодувати витрати на маркетингові заходи і збут виробленої продукції ПП «ГеоДен»;
- вартість виробленої продукції ПП «ГеоДен» повинна бути меншою,

ніж вартість аналогічної конкурентної продукції;

- забезпечити прибуток від реалізованої продукції ПП «ГеоДен».

2.3 Облік реалізації готової продукції та визнання доходу

При реалізації своєї продукції ПП «ГеоДен», перш за все, повинно укласти про це угоду з покупцем.

В угодах на поставку готових виробів ПП «ГеоДен» вказують найменування, кількість, асортимент і якість поставленої продукції, ціна, знижка, націнка, порядок розрахунків, платіжні та поштові реквізити постачальника і покупця, а при необхідності й інші умови.

Окрім вище зазначеного ПП «ГеоДен» використовує, щоб угода поставки мала найменування, характеристику предмету угоди, ціну й умови платежу, терміни виконання обов'язків і можливість односторонньої відмови від угоди, умови тарування, транспортування, страхування, принципи переходу прав власності, форс–мажорні обставини, гарантії, відповідальність, порядок відшкодування збитків, рішення суперечностей при виникненні між ПП «ГеоДен» і покупцем.

Передумовою законності угод про постачання є дієздатність сторін. Ціна повинна бути чітко обумовленою. Терміни поставки в обов'язковому порядку повинні бути передбачені. Бухгалтерія ПП «ГеоДен» разом із відділом збуту повинна контролювати терміни і обсяги поставок, своєчасність і повноту оплати рахунків покупцями.

Фактичний відпуск готової продукції ПП «ГеоДен» здійснює покупцям безпосередньо із складу або цеху на основі доручення на право одержання цінностей, видаткової накладної або товарно – транспортної накладної (при відвантаженні продукції залізницею, водним шляхом). На відвантажену продукцію ПП «ГеоДен», розфасовану в специфічну тару, складається

відповідна специфікація у двох примірниках: один – для покупця, а другий з документами на відвантаження передається у бухгалтерію.

Товарно – транспортні накладні ПП «ГеоДен» товаровідправник виписує у 3-х примірниках: перший є підставою для списування відвантаженої продукції зі складу вантажовідправника; другий – для оприбуткування одержаної продукції направляється покупцю, третій – транспортній організації, як підстава для здійснення розрахунків з нею замовника – вантажовідправника.

Розрахунковими документами є: рахунки – фактури, платіжні вимоги, виписані на основі рахунків – фактур, специфікації (при великій номенклатурі відвантаженої продукції). У розрахункових документах містяться дані про відвантажену продукцію (найменування, кількість, ціна, вартість тощо).

Банк, який обслуговує постачальника – вантажовідправника, надсилає для оплати розрахункові документи установі банку, що обслуговує покупця.

В умовах постійних неплатежів найвигіднішою формою розрахунків є акредитивна форма.

У випадку отримання негативної відповіді або її ненадходження, виконуючий банк повертає всі документи за акредитивом бенефіціару з написом на першому примірнику реєстру про причини їх повернення за підписами головного бухгалтера і виконавця, засвідченими штампом банку.

Транспортні витрати при доставці продукції відносяться за рахунок ПП «ГеоДен» або покупця, в залежності від того як це передбачено умовами договору. У випадку вивозу готових виробів автомобільним транспортом, завантаження здійснюється за рахунок ПП «ГеоДен», а розвантаження продукції на складі за рахунок покупця. У випадках, коли реалізація здійснюється через постачальницько – збутову організацію, в рахунку вказується націнка для цієї організації з посилкою на документ, що посвідчує її участь. Якщо готова продукція відпускається зі складу постачальника покупець повинен надати у відділ збуту довіреність на право отримання

продукції. Зазвичай, для вивезення готової продукції з території підприємства виписується пропуск. В кінці кожного дня довіреності і пропуски на відвантажену продукцію здаються в бухгалтерію.

Аналітичний облік відвантажених товарів ПП «ГеоДен» ведеться на складі у картках складського обліку в натуральних показниках на основі наказів–накладних відділу збуту.

Бухгалтерія ПП «ГеоДен» веде синтетичний облік відвантаження продукції при журнальній формі у відомості 3.1. «Відомість аналітичного обліку розрахунків з покупцями і замовниками».

На суму відвантаженої продукції покупцям на основі відповідних первинних документів ПП «ГеоДен», що підтверджують відвантаження, у бухгалтерському обліку роблять запис:

Таблиця 2.4

Розрахунки з покупцями

Дебет рахунка	найменування	Кредит рахунка	Найменування	Сума, тис. грн
36	Розрахунки з покупцями і замовниками	701	Дохід від реалізації готової продукції	53450
701	Дохід від реалізації готової продукції	641	Розрахунки за податками	7000
701	Дохід від реалізації готової продукції	791	Результат основної діяльності	45450
901	Собівартість реалізованої готової продукції	26	Готова продукція	30000
791	Результат основної діяльності	901	Собівартість реалізованої готової продукції	34021

Можливі випадки повної або часткової відмови покупця від оплати за відвантажену продукцію, частіше у випадках невідповідності кількості, якості продукції, передбачених договором або замовленням. У разі відмови покупця від оплати відвантаженої йому продукції, покупець зобов'язаний прийняти цю продукцію на відповідальне зберігання, і лише після одержання відповідних вказівок постачальника (замовника) відправити її за вказаною адресою іншому покупцеві або назад постачальнику. В такому випадку

бухгалтерія ПП «ГеоДен» робить запис:

Таблиця 2.5

Повернення продукції

Дебет	Найменування	Кредит	Найменування	Сума, тис. грн.
26	«Готова продукція»	901	«Собівартість реалізованої готової продукції» «Товари»	10760
204	«Тара і тарні матеріали»	901	«Собівартість реалізованої готової продукції»	8400
704	«Вирахування з доходу» (вартість поверненої продукції)	63	«Розрахунки з постачальниками та підрядниками»	4873
791	«Результат основної діяльності» (вартість поверненої продукції)	704	«Вирахування з доходу» (вартість поверненої продукції)	3587

Суми відхилень, що відносяться до відвантаженої готової продукції, коригуються по Кт рахунку 26 «Готова продукція» і Дт рахунку 901 «Собівартість реалізованої готової продукції» на подорожчання – допоміжними бухгалтерськими проводками, а на здешевлення – сторнувальними. Ці відхилення обліковують окремо в межах рахунку 26 «Готова продукція» загальною сумою за однорідними групами готової продукції без деталізації її за окремими видами.

На рахунку 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками» станом на перше число наступного за звітним місяця утворюється дебетове сальдо. Можливі такі причини:

- не настав термін сплати за акцептованими платіжними вимогами;
- не сплачені своєчасно акцептовані платіжні вимоги через відсутність коштів на поточному рахунку;
- відмова покупця від акцепту.

Відмітку про оплату рахунків роблять у відомості 3.1 «Відомість аналітичного обліку з покупцями і замовниками» на основі виписок банку про зарахування коштів на поточний рахунок підприємства.

Податок на додану вартість по відвантаженій продукції у ПП «ГеоДен»

розраховують у відомості 3.6 «Відомість аналітичного обліку розрахунків з бюджетом».

Підсумкові дані ПП «ГеоДен» по відомості 3.1, за місяць записують у журналі 3 розділ 1.3 «Облік розрахунків за товари, роботи, послуги, інші розрахунки і резерви сумнівних боргів (Кт рахунків 16, 34, 36, 37, 38, 51, 62, 63, 68)».

На початку місяця ПП «ГеоДен» з відомості, складеної в минулому місяці, переносять дані про несплачені платіжні вимоги. Потім роблять записи операцій (кількість продукції, облікова вартість, транспортні витрати, що відшкодовуються покупцю, загальна сума) в міру оформлення і подання для оплати платіжних вимог, а також одержання виписок банку про їх оплату.

В кінці місяця за звітними даними відомості 3.1 ПП «ГеоДен» визначають в узагальненому вигляді рух готової продукції за групами, відпускну ціну реалізованої продукції, собівартість, суму відшкодування покупцями транспортних та інших витрат, залишок несплаченої продукції на кінець місяця.

Вибір форми організації обліку відвантаження і реалізації ПП «ГеоДен» залежить значною мірою від характеру технологічного процесу виробництва продукції, ступеня централізації фінансово-збутових служб, місця знаходження виробничих одиниць, наявності в них рахунків у банку для розрахунків з покупцями.

Аналітичними даними до синтетичного рахунку 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками» ПП «ГеоДен» є найменування організацій-замовників.

Продаж продукції є завершальною стадією процесу кругообігу коштів.

Дохід від реалізації продукції (товарів, інших активів) повинен визнаватися у разі наявності наступних умов [64]:

– покупцеві передані ризики й вигоди, пов'язані з правом власності на продукцію (товар, інший актив);

- підприємство не здійснює надалі управління та контроль за реалізацією;
- сума доходу може бути достовірно визначена;
- є впевненість, що в результаті операції збільшаться економічні вигоди підприємства;
- витрати, пов'язані з операцією, можуть бути достовірно визначені;
- передавання покупцеві ризиків й вигод, пов'язаних з правом власності на продукцію (товари, інші активи).

Для визнання доходу від реалізації продукції ПП «ГеоДен» (товарів, інших активів) важливо визначити «момент часу», коли ризики й вигоди, пов'язані з власністю на продукцію, передаються покупцю.

Ризики й вигоди, пов'язані з власністю на продукцію, передаються, зазвичай, коли виконується одна із двох подій: юридично право власності на продукцію передається покупцю або у володіння покупця переходить готова продукція.

Здебільшого обидві події охоплюють один період часу, наприклад, при здійсненні підприємством оптового і роздрібного продажу. В інших випадках існують незначні труднощі практичного характеру в визначенні «моменту часу», коли дохід від реалізації товарів буде визнано.

Оцінка моменту, коли ПП «ГеоДен» передає покупцеві ризики і вигоди, пов'язана з власністю на продукцію, потребує вивчення обставин операцій.

У деяких випадках ПП «ГеоДен» може передавати юридичне право власності і володіння продукцією покупцю, але зберегти значні ризики і вигоди, пов'язані з власністю на продукцію. За таких обставин дохід від реалізації продукції не визнається. Дохід визнається, якщо підприємство зберігає незначні ризики і вигоди, пов'язані з власністю на продукцію (товари, інші активи). Передавання ризиків і вигод, пов'язаних з власністю на продукцію, визнається на індивідуальній основі.

На рахунку 70 «Доходи від реалізації» у ПП «ГеоДен» узагальнюється інформація про доходи від реалізації. Рахунок 701 «Дохід від реалізації»

готової продукції» застосовується для відображення доходів від реалізації готової продукції. Для обліку реалізації товарів використовують рахунок 702 «Дохід від реалізації товарів», для виконаних робіт і наданих послуг застосовується рахунок 703 «Дохід від реалізації робіт і послуг». Доходи від реалізованих матеріальних цінностей відображаються на рахунку 712 «Дохід від реалізації інших оборотних активів». В дебетовій частині доходних рахунків відображається нарахований податок на додану вартість, а також фінансовий результат. У випадку повернення продукції або надання знижок покупцям застосовується рахунок 704 «Вирахування з доходу». По дебету рахунку – сума наданих знижок чи поверненої продукції, а по кредиту – списання дебетових оборотів на рахунок 79 «Фінансові результати».

Датою виникнення податкових зобов'язань з продажу товарів (робіт, послуг) вважається дата, яка припадає на податковий період, протягом якого відбувається будь-яка з подій, що сталася раніше:

- або дата зарахування коштів від покупця (замовника) на банківський рахунок платника податку як оплата товарів (робіт, послуг), що підлягають продажу, а у разі продажу товарів (робіт, послуг) за готівкові кошти – дата їх оприбуткування в касі платника податку, а при відсутності такої – дата інкасації готівкових коштів у банківській установі, що обслуговує платника податку;

- або дата відвантаження товарів, а для робіт (послуг) – дата оформлення документа, що засвідчує факт виконання робіт (послуг) платником податку.

Продавець товару (робіт, послуг), який зареєстрований як платник ПДВ, зобов'язаний надати покупцю податкову накладну.

На підставі виданих і отриманих податкових накладних здійснюються відповідні записи в Книзі обліку продаж і в Книзі обліку придбання. В кінці звітного періоду, на основі даних книг проводиться розрахунок сум, які потім будуть занесені у відповідні рядки «Податкове зобов'язання» і «Податковий кредит» декларації по ПДВ.

В бухгалтерському обліку операції по нарахуванню і сплаті податку на додану вартість у ПП «ГеоДен» відображаються наступним чином:

Нарахування Д–т рах. 701 «Дохід від реалізації готової продукції»

К–т рах. 641 «Розрахунки за податками» / ПДВ

Перерахування Д–т рах. 641 «Розрахунки за податками» / ПДВ

К–т рах. 311 «Поточні рахунки в національній валюті»

Необхідним є системний оперативний контроль за ходом відвантаження готової продукції і надходженням платежів від покупців. Від цього залежить одержання прибутку – найважливішого з показників діяльності ПП «ГеоДен». Особливу увагу слід приділяти і точному виконанню договорів з покупцями.

Реалізацію готової продукції ПП «ГеоДен» здійснює на основі укладених угод, які укладаються з покупцями на початку року. Враховуючи низьку тривалість зберігання окремих видів продукції, підприємства покупець зобов'язані кожного дня не пізніше 14 години по телефону передавати замовлення на м'ясну продукцію, яка підлягає завантаженню в наступний день. Експедиція групує заявки і дає замовлення в цех на виготовлення готової продукції. Поставка готової продукції здійснюється ПП «ГеоДен» у відповідності з добовими замовленнями покупця за графіком завантаження, узгодженим сторонами.

Прийом продукції по кількості і асортименту покупця оформлюється відміткою в товарно–транспортній накладній. Розрахунки за товари здійснюються платіжним дорученням протягом трьох банківських днів з дня отримання товару шляхом перерахування коштів на рахунок підприємства. Покупець зобов'язаний не пізніше 20 числа кожного місяця проводити звірку взаєморозрахунків за поставлений товар. Бухгалтерія підприємства веде синтетичний облік відвантаження готової продукції в журналі 3, аналітичний облік – у відомості 3.1. «Відомість аналітичного обліку з покупцями і замовниками». Аналітичний облік відвантаженої готової продукції ведеться на складі у картках складського обліку на основі виписаних експедицією

накладних. Всі записи по субрахунку 901 «Собівартість реалізованої продукції» на ПП «ГеоДен» здійснюються по фактичній собівартості.

Виділення окремих видів операційних витрат у фінансовій звітності дозволяє використовувати звітні дані для аналізу адміністративних, збутових, інших операційних витрат.

У 2017 році частка витрат на збут складала 2,1%, у 2018 році – 2,7 % у структурі операційних витрат підприємства. В цілому у фінансовій звітності підприємств області витрати на збут або не виділяються взагалі, або їх питома вага є найнижчою у загальній структурі операційних витрат.

Однак, активне впровадження принципів ринкової економіки призводить до поступового зростання частки маркетингових і збутових витрат у загальній структурі витрат підприємства. В таких умовах необхідно переосмислити категорії витрат, собівартості, фінансових результатів із позицій вимог ринкової економіки. Постає необхідність удосконалення класифікації витрат, яка враховує сучасні умови господарювання.

Для організації маркетингової стратегії потрібно володіти інформацією про наявну або перспективну віддачу кожного проведеного заходу. Це потребує формування інформаційних потоків доходів і витрат у складі здійснених маркетингових заходів. Вважаємо, що такі доходи і витрати слід розглядати в якості об'єктів аналітичного обліку.

Методичними рекомендаціями з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) підприємств маркетингові витрати не виділені в окрему групу. Їх відображають у складі витрат збутової діяльності.

Згідно п.2.22. розроблених на основі П(С)БО Методичних рекомендацій з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) підприємств, витрати на збут не включаються у виробничу собівартість виробленої та реалізованої продукції і покриваються за рахунок інших джерел. Тому постає питання: за рахунок яких саме джерел покриватимуться ці витрати і чи доцільно їх сумувати разом з адміністративними, іншими операційними, фінансовими витратами на

рахунку фінансових результатів п.2.24. Методичних рекомендацій передбачено у складі витрат на збут крім вартості послуг, що виконуються постачальником за певну плату, включати наступні витрати:

- витрати пакувальних матеріалів для затарювання готової продукції на складах;
- витрати на ремонт тари для зберігання продукції;
- оплата праці та комісійні винагороди продавцям, торговим агентам, працівникам підрозділів, що забезпечують збут ;
- витрати на рекламу та дослідження ринку (маркетинг);
- витрати на передпродажну підготовку товарів;
- витрати на відрядження працівників, зайнятих збутом;
- витрати на утримання необоротних активів, пов'язаних зі збутом продукції, товарів, робіт, послуг;
- витрати на транспортування перевалку і страхування готової продукції, транспортно – експедиційні та інші послуги;
- витрати на гарантійний ремонт і гарантійне обслуговування;
- інші витрати, пов'язані зі збутом продукції, товарів, робіт, послуг.

Відповідно до діючого Плану рахунків для обліку витрат збутової діяльності передбачений рахунок 93 «Витрати на збут». По дебету рахунку 93 «Витрати на збут» ведуть облік збільшення суми понесених витрат, пов'язаних із збутом (продажем, реалізацією) продукції, по кредиту – їх списання на фінансові результати. Відповідно до Плану рахунків витрати на здійснення маркетингових прийомів стимулювання збуту відображаються загальним підсумком на рахунку 93 у складі витрат на збут. Однак, в першому розділі дослідження нами доведено, що не маркетинг є складовою збуту, а навпаки. Тому варто в обліку відображати витрати збуту в складі маркетингових витрат з обов'язковою наступною їх деталізацією.

Збут цілком обґрунтовано розглядається як складова частина маркетингової діяльності, то закономірно вважати, що збутові витрати включаються до складу маркетингових витрат. Спостерігаємо парадокс: на

окремому рахунку та в облікових регістрах відображається тільки окрема частина маркетингових витрат, решта – не знаходять свого відображення. Адже збут є частиною маркетингового комплексу, який крім безпосередньої реалізації спрямовує потік товарів, робіт і послуг до споживачів і включає пакування, зберігання, транспорт, ціноутворення, фінансування. Тому ми розглядаємо витрати на збут у складі маркетингових витрат і вважаємо за доцільне перейменувати рахунок 93 «Витрати на збут» на «Маркетингові витрати». На цьому рахунку слід відображати загальну суму маркетингових витрат з деталізацією по видах маркетингової діяльності за окремими субрахунками до рахунку 93. Витрати на збут пропонуємо обліковувати у складі вищезгаданих маркетингових витрат на субрахунку 931 «Витрати на збут» (932 «Комерційні витрати», 933 «Інші маркетингові витрати»).

Проблеми обліку маркетингових і збутових витрат значною мірою зумовлені відсутністю єдиних критеріїв класифікації. Адже передумовою раціональної організації обліку маркетингових і збутових витрат є їх науково обґрунтована класифікація, чітке формулювання мети, для якої організовується облік цих витрат. З метою аналітичної оцінки таких витрат необхідно суттєво вдосконалити їх групування та класифікацію, методика облікового відображення. При цьому слід пам'ятати, що жодна класифікація не може бути визначена однозначно і залежить від умов господарювання.

Оскільки збутова діяльність, як завершальний етап господарського процесу, забезпечує отримання доходу і дозволяє оцінити ефективність господарювання шляхом визначення фінансових результатів, то закономірно виникає потреба у відображенні формування повної собівартості, і, відповідно, належного їх обліку. Однак, при цьому слід визначитися з вживаною термінологією, уточнити її. Реалізація товарної частини готової продукції завершує (закриває) круг грошового обігу і цим самим забезпечує перетворення понесених у речовій формі затрат в грошові засоби шляхом здійснення розрахунків.

Перші п'ять стадій перетворень вкладених в оборот засобів формують

виробничу собівартість, однак баланс суттєво не змінюють: підприємець ще нічого не отримує, і нічого не втрачає, хоча його видатки накопичуються.

На заключній стадії понесені підприємцем затрати повертаються разом з прибутком у вигляді грошових надходжень в складі ціни реалізації і тільки на цьому етапі підприємець або збагатиться на суму прибутку, або збідніє на суму збитку.

Для узагальнення інформації про доходи підприємств від реалізації продукції, надання послуг та вирахування із цих доходів, а також інші операційні доходи, доходи від фінансових операцій, інші доходи та доходи від надзвичайних подій, фінансові результати, використовуються рахунки класу 7 «Доходи і результати діяльності».

Синтетичний облік доходу від реалізації продукції (товарів, робіт і послуг) ведеться на відокремленому рахунку 70 «Доходи від реалізації». Він призначений для пооб'єктного обліку за окремими групами. Для цього відкриваються наступні субрахунки:

Таблиця 2.6

Субрахунки рахунку 70 «Доходи від реалізації»

701 «Доход від реалізації готової продукції»;
702 «Доход від реалізації товарів»
703 «Доход від реалізації робіт і послуг»
704 «Вирахування з доходу»

За кредитом субрахунків 701 – 703 відображається загальна сума доходів та сума непрямих податків. За дебетом – списання у порядку закриття рахунку суми чистого доходу на рахунок 79 «Фінансові результати» і належна до перерахування сума непрямих податків (ПДВ, акцизного збору та інших відрахувань при реалізації).

В кінці звітної періоду рахунки 7-го класу закриваються і залишку на них немає, тому їх можна віднести до тимчасових, які виконують допоміжні функції і починають новий звітний період з нульового сальдо. Протягом

звітнього періоду на них накопичується інформація про доходи і витрати, що дозволяє скласти проміжну звітність.

Відповідно до принципу нарахування, всі доходи звітнього періоду повинні зіставлятися з витратами цього ж періоду. Щодо збутових витрат має місце парадокс, який частково пояснюється їх економічним змістом: у звітному періоді такі витрати забезпечують мінімальну віддачу, а при їх списанні на фінансові результати стають причиною зростання збитків. Тобто, можна зробити висновок, що маркетингові та збутові витрати більше розраховані на перспективу, ніж на поточний період.

Отже, нами було розглянуто облік готової продукції, який полягає в своєчасному та правильному відображенні виробництва готової продукції, її наявності та руху, контролю за її збереженням; питання документального оформлення руху готової продукції, способи оцінки відвантаженої продукції, а також ми охарактеризували витрати, пов'язані з реалізацією готової продукції, визначили умови визнання доходу від реалізації продукції (товарів, інших активів) та порядок сплати основних податків, пов'язаних з реалізацією готової продукції. Крім того, в дипломній роботі приділено увагу особливостям обліку готової продукції та її реалізації в умовах комп'ютеризації.

Успішне функціонування промислових підприємств в сучасних умовах вимагає постійної уваги, орієнтації всієї системи управління підприємством на внутрішній та зовнішній ринки. Тому аналіз діяльності кожного господарського суб'єкту слід починати з вивчення та аналізу ринків, на яких він збирається реалізувати свою продукцію. При визначенні позиції підприємства на ринку необхідно в'яснити, на яких ринках воно працює, і яка роль кожного з них в портфелі замовлень конкретного підприємства.

При визначенні обсягу реалізації методом нарахування датою реалізації вважається дата передачі права власності покупцям на продукцію (роботи, послуги) відповідно до базисних умов постачання, визначеними суб'єктами підприємницької діяльності, незалежно від термінів здійснення платежів, а

для робіт, послуг – дата оформлення документів, що засвідчують факт їхнього виконання.

Діяльність підприємства з виробництва продукції аналізують за наступними показниками: обсяг товарної продукції в діючих і порівняльних цінах, випуск продукції в натуральних вимірниках за номенклатурою та асортиментом. За цими показниками будують ряди динаміки і виявляють зміни, встановлюють тенденції, визначають тренди і ризики, розробляють прогнози. Незважаючи на індивідуальність підприємств, оцінку їх виробничої діяльності здійснюють за показниками обсягу випуску продукції за номенклатурою, асортиментом з дотриманням вимог щодо якості та ритмічності. Методика аналізу динаміки випуску продукції, асортиментних та структурних зрушень, показників якості та ритмічності (рівномірності) розглянута в даній роботі на прикладі показників діяльності підприємства ПП «ГеоДен». Проведений аналіз виробництва продукції дає змогу виявити невикористані виробничі резерви, вивчити фактори, які будуть впливати на такий важливий показник діяльності підприємств, як чистий дохід (виручка від реалізації).

Кожна операція, тобто надходження продукції з виробництва на склад, чи її реалізація за межі підприємства повинні оформлятися відповідними первинними документами. Ці документи повинні мати ряд обов'язкових реквізитів. У роботі запропоновано деякі уточнення щодо удосконалення товарно–транспортної накладної, а також подано пропозиції з формування Графіка відвантаження замовлених обсягів продукції у розрізі конкретних 63 партій. Отримана така інформація та систематизована допоможе керівнику краще контролювати виконання домовленостей з клієнтом щодо збуту хлібобулочної продукції. Також у роботі наведено орієнтований графік документообороту, використання якого посилить на ПП «ГеоДен» контроль за виконанням обов'язків та допоможе встановити відповідальних осіб у разі відхилень від норм.

Спостереження за рухом готової продукції, зміною її залишків на

складах підприємства і продажем виконують шляхом складання товарного балансу. Збільшення запасів готової продукції на складах підприємства негативно впливає на фінансові результати діяльності підприємства, тому в процесі аналізу необхідно з'ясувати причини утворення понадпланових залишків готової продукції.

3 АНАЛІЗ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ТА ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЯ НА ПП «ГЕОДЕН»

3.1 Аналіз загального фінансового стану підприємства

Фінансовий стан підприємства характеризується системою показників, що відображають стан капіталу в процесі його кругообігу й здатність суб'єкта господарювання фінансувати свою діяльність на фіксований момент часу. В процесі постачальницької, виробничої, збутової і фінансової діяльності відбувається безперервний кругообіг капіталу, змінюються структура засобів і джерел їх формування, наявність і потреба у фінансових ресурсах і як наслідок фінансовий стан підприємства, зовнішнім проявом якого є платоспроможність.

Основні завдання аналізу фінансового стану підприємства:

- своєчасна і об'єктивна діагностика фінансового стану підприємства, встановлення його "больових точок" і вивчення причин їх утворення;
- пошук резервів поліпшення фінансового стану підприємства, його платоспроможності і фінансової стійкості;
- розробка конкретних заходів, спрямованих на більш ефективне використання фінансових ресурсів і зміцнення фінансового стану підприємства;
- прогнозування можливих фінансових результатів і розробка моделей фінансового стану при різноманітних варіантах використання ресурсів.

Методика розрахунку потреби підприємства у матеріальних ресурсах включає використання норм витрат на матеріали (у натуральних лічильниках) та розрахунок мінімального запасу.

Оцінка фінансового стану компанії дає змогу визначити абсолютні та

відносні зміни статей балансу за певний проміжок часу, стежити за розвитком їх змін та визначати структуру фінансових ресурсів компанії.

Для аналізу власності на ПП «ГеоДен» необхідно оцінити стан основних фондів за допомогою показників стану власності підприємства (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Показники оцінки майнового стану ПП «ГеоДен» за 2016 – 2018 роки

№ з/п	Показник	2016	2017	2018	Відхилення 2016–2017	Відхилення 2017–2018
1	Частка основних засобів в активах	0,67	0,68	0,60	+0,01	–0,08
2	Коефіцієнт зносу основних засобів	0,69	0,70	0,70	–0,01	0,00
3	Коефіцієнт оновлення основних засобів	0,00	0,01	0,04	+0,01	+0,03
4	Коефіцієнт вибуття основних засобів	0,03	0,02	0,01	–0,01	–0,01

Розрахунок норми зносу основних фондів показує, що через те, що первісна вартість основних фондів постійно зменшувалася протягом трьох звітних періодів, їх зношеність під час експлуатації також зменшувалася. Це призвело до збільшення зносу на 0,01% наприкінці 2017 року, що свідчить про погіршення технічного стану. Якщо коефіцієнт зносу більше 0,5, це негативний момент.

Технічний стан та відповідність основних ресурсів науково–технічним досягненням визначаються в процесі їх оновлення. Темп продажу основних засобів залежить від швидкості оновлення основних фондів: чим вища швидкість продажу основних засобів, тим менше погіршення основних фондів і кращий технічний стан. Це стосується також геодезичних значень, де рівень оновлення збільшився на 0,01, а кінець випадання знизився на 0,01 наприкінці 2017 року. У 2018 році було внесено такі зміни: швидкість оновлення зростає на 0,03, а коефіцієнт відмови зменшився на 0,01.

В умовах централізованого планування та управління компанією єдині правила та стандарти, що застосовуються всюди, а планування виробництва «з досягнутого» не спонукало компанію шукати та виявляти резерви для

збільшення виробництва та скорочення витрат.

Нормативні витрати на одиницю продукції, обслуговування та визначений обсяг виробництва є ключовим елементом системи управління запасами та аналізу запасів. Вони служать для визначення умов експлуатації та служать основою для порівняння фактичних витрат.

Таблиця 3.2

Аналіз забезпеченості підприємства матеріальними ресурсами

Вид мат.	Од. виміру	Планова потреба	Інтервал поставки, дн.	Факт. надійшло	Середнє добовеспожив.	Забезпеченість, днів	Відхилення	
							У дн.: надлиш (+), незабезпеч. (-)	від загальної потреби
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Диван	шт.	4800	12	4300	400	10,75	-1,25	-500
Шафа	шт.	5750	25	4460	230	19,4	-5,6	-1290
Тумба	шт.	400	20	600	20	30	+10	+200

Відповідно до таблиці (3.2) досліджуються відхилення для кожного виду матеріалу, визначається невизначеність підприємства щодо матеріальних ресурсів або їх надлишку, визначаються причини відхилень та розробляються заходи щодо їх усунення.

Вся структура активів характеризується співвідношенням короткострокових та довгострокових активів (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Підсумок розрахунку коефіцієнта співвідношення оборотних і необоротних активів

Показник	Абсолютна величина			Зміни в абсолютних величинах	
	2016	2017	2018	Відхилення 2016–2017	Відхилення 2017–2018
Співвідношення оборотних і необоротних активів	0,040	0,046	0,061	0,005	0,014

Існує тенденція до збільшення співвідношення короткострокових та

довгострокових активів у період 2016–2018 років. Збільшення валюти балансу пов'язане насамперед із зростанням оборотних активів. Станом на 2017 рік також спостерігається збільшення довгострокових активів.

Збільшення довгострокових активів є позитивним розвитком у бізнесі компанії, але може також свідчити про заморожування капіталу основних фондів або його втрату через фізичне та моральне погіршення, що в кінцевому підсумку збільшує ризик неліквідності для компанії. Зміна структури активів компанії у бік збільшення частки оборотних активів може свідчити про утворення надлишкових запасів.

Можна зробити висновок, що з 2017 року структура активів компанії позитивно змінилася, збільшивши активи компанії на 296 790,1 тис. Грн.

Після аналізу активів балансу необхідно проаналізувати зобов'язання за балансом, а саме структуру та динаміку капіталу (таблиця 3.4).

Таблиця 3.4

Аналіз структури та динаміки капіталу (тис. грн.)

№	Пасив	2016	2017	2018	Відхилення 2016–2017	Відхилення 2017–2018
1	2	3	4	5	6	7
1	Власний капітал					
	Статутний капітал	1,18	1,18	1,18	0,00	0,00
	Додатковий вкладений капітал	1442,12	1471,11	1511,79	28,98	40,68
	Резервний капітал	0,00	157,35	289,04	157,35	131,69
	Нерозпридільний прибуток	86,12	125,76	5,14	39,64	-120,62
	Всього за розділом 1	1529,42	1755,40	1807,14	225,98	51,7
2	Забезпечення виплат персоналу	34,10	45,01	46,12	10,91	1,11
	Цільове фінансування	36,71	11,20	15,20	-25,5	4,00
	Всього за розділом 2	70,81	56,21	61,33	-14,60	5,11
	Довгострокові фінансові зобов'язання	6,02	4,51	40,43	-1,51	35,92
	Всього за розділом 3	6,02	4,51	40,43	-1,51	35,92
4	Поточні зобов'язання	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Короткострокові кредити банків	0,47	0,60	1,80	0,13	1,20

Продовження табл. 3.4

1	2	3	4	5	6	7
	Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	211,90	120,56	322,56	-91,35	202,00
	Поточні зобов'язання за рахунками	287,32	70,96	71,62	-216,36	0,66
	Інші поточні зобов'язання	0,12	0,28	0,43	0,16	0,15
	Всього за розділом 4	499,82	192,39	396,41	-307,43	204,01
	БАЛАНС	2106,07	2010,52	2305,31	-97,55	296,79

Якщо проаналізувати дані про зобов'язання балансу досліджуваної компанії, можна зробити наступні висновки: Статутний капітал не змінювався протягом трьох років і становив 1182,5 грн. Однак за три роки обсяг додаткового вкладеного капіталу збільшився, а в 2017 році резервний капітал поповнився, який збільшився на 131 687,4 грн у 2018 році, що є позитивним розвитком в діяльності компанії.

З результатів оцінки стану майна можна зробити висновок, що підприємство не працювало стабільно в цей період. Деякі показники суттєво змінилися як у напрямку зростання, так і в бік зниження.

Аналіз ліквідності та платоспроможності компанії. Короткостроковий фінансовий стан компанії оцінюється за допомогою показників ліквідності та платоспроможності, які вказують на можливість своєчасного та повного погашення короткострокових зобов'язань перед контрагентами.

Основою для оцінки фінансового стану компанії є дані балансу (форма 1) та додатки до нього (форма 2), а також статистична та операційна звітність.

Для відображення фінансового стану досліджуваної компанії був складений балансовий аналіз відповідно до річних балансів компанії за 2016, 2017 та 2018 роки.

Для характеристики ліквідності ПП «ГеоДен» необхідно проаналізувати ліквідність балансу, групуючи активи та пасиви відповідно до рівня їх ліквідності (табл. 3.5).

Таблиця 3.5

Аналіз ліквідності балансу ПП «ГеоДен»

Актив	2016 р.	2017 р.	2018 р.	Пасив	2016 р.	2017 р.	2018 р.
A 1	22487,3	260230,6	210273,9	П 1	19787,2	191794,6	391128,7
A 2	20578,2	249636,4	695596,3	П 2	557,4	600,0	1800,0
A 3	26577,5	30684,6	57931,3	П 3	4434,4	4511,9	40433,9
A 4	47564,5	504031,8	1564452,1	П 4	1798997,7	1811613,6	1868478,1

Залежно від рівня ліквідності активи підприємства поділяються на такі групи:

A1 – найбільш ліквідні активи (грошові кошти та їх еквіваленти та короткострокові фінансові інвестиції) повинні відповідати або перевищувати зобов'язання (тобто найбільш нагальні зобов'язання);

A2 – активи, що швидко реалізуються (дебіторська заборгованість та інші короткострокові активи) – повинні відповідати або перевищувати короткострокові зобов'язання;

A3 – Довгострокові активи (запаси) – повинні відповідати або перевищувати довгострокові зобов'язання (позики та інші зобов'язання).

A4 – активи, які важко реалізувати (нематеріальні активи, будівельні проекти, основні засоби, довгострокові фінансові інвестиції та інші довгострокові активи) повинні відповідати або перевищувати джерела власних коштів.

Зобов'язання на балансі розподіляються відповідно до збільшення строку погашення:

П1 – негайні зобов'язання – це зобов'язання, виплати дивідендів;

П2 – Короткострокові зобов'язання – це короткострокові банківські позики, короткострокові зобов'язання за довгостроковими зобов'язаннями та видані позики на векселі.

П3 – довгострокові зобов'язання – це довгострокові зобов'язання;

П4 – є постійною відповідальністю і відповідає капіталу.

Доцільно обчислити такі показники ліквідності досліджуваної компанії: коефіцієнт загального покриття, коефіцієнт швидкої ліквідності,

коефіцієнт абсолютної ліквідності, коефіцієнт маневреності, коефіцієнт короткострокової заборгованості та боргу (табл. 3.6).

Таблиця 3.6

Основні показники ліквідності

№ з/п	Показник	2016 р.	2017 р.	2018 р.
1	2	3	4	5
1	Загальний коефіцієнт покриття (загальний коефіцієнт ліквідності)	1,19	2,62	2,37
2	Коефіцієнт швидкої ліквідності	1,07	2,26	1,63
1	2	3	4	5
3	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,19	0,05	0,00
4	Коефіцієнт маневреності	0,05	0,16	0,13
5	Співвідношення короткострокової дебіторської та кредиторської заборгованості	1,9	2,0	2,1

Коефіцієнт абсолютної ліквідності за аналізований період ніколи не досяг нормативного рівня. Це свідчить про те, що компанія не має грошових коштів для погашення своїх короткострокових зобов'язань і використовує комерційний кредит. Як видно з наведеного вище розрахунку, коефіцієнт абсолютної ліквідності на 0,001 у 2016 році, 0,005 у 2017 році та 0,002 у 2018 році значно нижче нормативного мінімуму (0,25). Компанія змогла лише зменшити загальну заборгованість на 0,1% погашення, а в 2017 році вона становила 0,5%. Збільшення співвідношення можна пояснити збільшенням ліквідних коштів на рахунках компанії. У 2018 році коефіцієнт зменшився до 0,002 через значне збільшення короткострокових позик банку.

Коефіцієнт маневреності власного капіталу трохи збільшився в 2016 році з 0,05 до 0,16. У 2017 році кількість знизилася до 0,13. Оскільки нормативне значення показника маневреності $K > 0,1$, і можна розрахувати, що показник маневреності коливається в малих значеннях, можна зробити висновок, що компанія вкладає значні кошти в основні засоби, обладнання та обладнання. Однак значення показника, очевидно, знаходиться в межах норми з 2016 по 2017 рік.

Проаналізувавши динаміку показників ліквідності:

– Загальне покриття коливається в межах норми в 2016–2017 роках, з 2017 року зафіксовано збільшення на 1,43 процентного пункту, з 2018 року – зниження на 0,25 процентного пункту.

– З 2016 по 2017 рік спостерігалася тенденція зростання коефіцієнта швидкої ліквідності на 1,19 процентних пункту, а інша ситуація – з 2018 року – показник знизився на 0,63 процентного пункту.

– коливання коефіцієнта абсолютної ліквідності відбуваються при дуже низьких значеннях;

– позитивну тенденцію до збільшення показника маневреності на 0,11 процентного пункту можна спостерігати з 2016 по 2017 рік, але незначно знизилася в 2018 році – на 0,03 процентного пункту.

Для оцінки показників платоспроможності досліджуваної компанії доцільно обчислити показники: самостійність, фінансова стабільність, фінансовий важіль, забезпечення власних коштів оборотними активами (табл. 3.7).

Таблиця 3.7

Основні показники платоспроможності

№ з/п	Показник	2016 р.	2017 р.	2018 р.
1	Коефіцієнт автономії	0,72	0,87	0,78
2	Коефіцієнт фінансової стабільності	1,17	2,5	1,69
3	Коефіцієнт фінансового левериджу	0,01	0,008	0,05
4	Коефіцієнт забезпечення оборотних активів власними коштами	0,03	0,49	0,32

Дані, наведені в таблиці вище, показують, що динаміка збільшення коефіцієнта автономії (фінансова незалежність) недостатня, що пояснюється значним збільшенням залучених коштів. Усі зобов'язання компанії можуть бути покриті власними активами, оскільки значення показника автономії знаходиться в нормі. Підвищення рівня автономії наприкінці 2017 року свідчить про більшу фінансову незалежність та збільшення гарантії компанії щодо погашення своїх зобов'язань.

За результатами аналізу динаміки показників платоспроможності:

- динаміка збільшення коефіцієнта автономії відбувається з 2016 по 2017 рік. – На 0,15 процентного пункту, у 2018 році відбулося зниження на 0,09 процентного пункту.

- з 2016 по 2017 рік спостерігалася позитивна тенденція зростання фінансової стабільності на 1,33 процентного пункту, яка зменшилася на 0,81 процентного пункту з 2018 року.

- коливання коефіцієнта заборгованості зменшиться з 2017 року – на 0,002 процентних пункту, але показник виріс на 0,042 процентного пункту у 2018 році.

- позитивна тенденція до збільшення показника резерву власних коштів на 0,46 процентних пункту спостерігається з 2016 по 2017 рік, але зменшиться на 0,17 процентних пункту у 2018 році.

Аналіз ліквідності та платоспроможності компанії показує, що імпульс вищезазначених показників на 2018 рік змінюється в бік погіршення в основному через наслідки світової фінансової кризи.

3.2 Аналіз виробництва продукції та її реалізації

Оцінюючи рентабельність продукції, головним пріоритетом є аналіз виробництва та продажу. Ці показники, поряд із вартістю готової продукції, визначають фактичну вартість і є чинниками зміни рентабельності готової продукції.

Показники виробництва та реалізації готової продукції аналізуються за такими напрямками:

- аналіз обсягу та динаміки виробництва та реалізації;
- оцінка обсягу та структури виробництва та збуту;
- аналіз однорідності та ритмічності виробництва та продажу готової

продукції;

- оцінка якості та браку готової продукції.

Розрахунки обсягу виробництва за порівняльними цінами наведені в таблиці 3.8

Таблиця 3.8

Динаміка виробництва продукції

Рік	Обсяг виробництва продукції в діючих цінах, тис. гри.	Індекси цін	Обсяг виробництва продукції в цінах базисного року, тис. гри.	Темпи зростання виробництва, %	
				базисні	ланцюгові
2014	80000	1,0	80000	100,0	100,0
2015	82600	1,33	62105	77,6	77,6
2015	85400	1,40	61000	76,3	98,2
2017	84500	1,46	57877	72,3	94,9
2018	92700	1,28	72422	90,5	125,1

Аналізуючи динаміку обсягу виробництва, слід враховувати середньорічні темпи приросту (збільшення):

$$T_{ВП} = 3 / 1,0 \times 0,776 \times 0,982 \times 0,949 \times 1,225 = y / 0,905 = 0,9753 = 97,53\%$$

$$T_{П} = 97,53 - 100 = -2,47\%.$$

Середньорічний темп падіння зростання виробництва становив 2,47%.

Динаміку виробництва можна відобразити графічно. (рис 3.1)

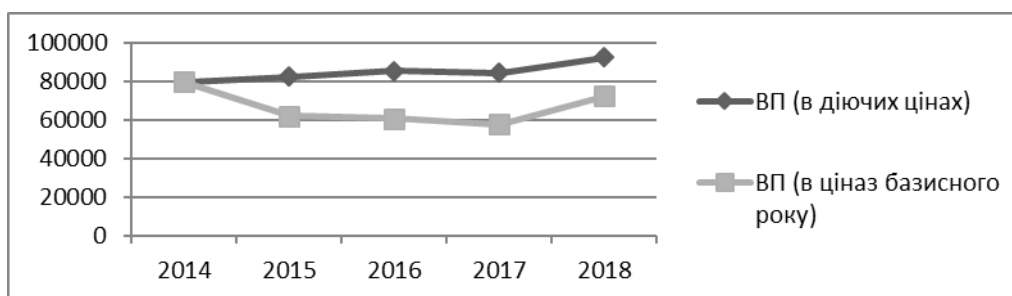


Рис. 3.1 Динаміка виробництва

Оцінка асортименту та структури виробництва та реалізації продукції.

Асортимент – Перелік видів продукції, що випускається, із зазначенням

обсягу виробництва. Більш вузький термін – номенклатура продукції, яка описує лише кількість та різноманітність продукції, яку виробляє компанія.

Таблиця 3.9

Аналіз виконання плану виробництва продукції

Виріб	Обсяг виробництва продукції в планових цінах, тис. грн.		Відхилення, тис. грн.	Відсоток виконання плану, %
	план	факт		
Диван	12000	10800	-1200	90,0
Шафа	9000	11200	+2200	124,4
Тумба	24000	20800	-3200	86,7
Разом	80000	81400	+1400	101,8

Дані в таблиці 3.9 свідчать про перевищення плану готової продукції на 1400 000 грн., Або на 1,8%. Що стосується продуктів «Диван» (90% плану) та «Тумба» (план виконано 86,7%), фактичні показники значно затримані порівняно з планом.

Структура – це відношення окремих продуктів до загального виробництва, виражене у відсотках.

Аналіз виконання плану за асортиментом продукції міститься в таблиці 3.10

Таблиця 3.10

Аналіз асортименту продукції

Виріб	Випуск продукції, тис. грн.		Виконання плану, %	Зараховується у виконання плану, тис. грн.
	план	Факт		
Диван	400	380	95,0	380
Шафа	125	118	94,4	118
Тумба	525	540	102,9	525
Крісло	130	148	113,8	130
Разом	1180	1186	100,5	1153

Тому компанія повинна постійно контролювати процес формування асортименту та структуру виробництва готової продукції. З одного боку, необхідно враховувати попит на певні види продукції, а з іншого –

максимально ефективно використовувати наявні в компанії робочі, матеріально–технічні, технологічні, фінансові та інші ресурси.

Аналіз рівномірності та ритмічності виробництва та реалізації готової продукції. Рівномірність та ритмічність його роботи важливі для оцінки діяльності компанії.

Рівномірність виготовлення готової продукції характеризує роботу підприємства з боку якості та перш за все ступінь організації господарської діяльності, ефективність використання обладнання, сировини та робочої сили. Все це призводить до зниження виробничих витрат та підвищення рентабельності виробництва.

Ритмічність виробництва – це насамперед чітка, стабільна і збалансована діяльність компанії, яка дозволяє рівномірно виробляти продукцію та виконувати свої зобов'язання перед споживачами. Ритмічна робота – це виробництво виробів у рівних частинах через однакові робочі проміжки часу (за днями чи днями в середині місяця, за місяцями – у середині кварталу тощо).

Таблиця 3.11

Ритмічність випуску продукції по кварталам

Квартал	Випуск готової продукції				Сума, що зараховується в виконання плану по ритмічності
	За планом		Фактично		
	Е, тис грн.	питома вага, %	Е, тис – грн.	питома вага, %	
1	290	24,6	285	24,0	285
2	290	24,6	276	23,3	276
3	295	25,0	300	25,3	295
4	305	25,8	325	27,4	305
За рік	1180	100,0	1186	100,0	1161

Коефіцієнт ритму згідно таблиці 3.11 показує, що ритмічна робота компанії недостатня: відхилення від запланованого рівня виробництва були дозволені в першому та другому кварталах. Коефіцієнт ритму дорівнює $1 - 0,984 = 0,016$.

Основними причинами ритму є:

- коливання попиту на готову продукцію;
- відсутність єдиного матеріально–технічного забезпечення виробничого процесу;

Оцінка якості та браку готової продукції. Важливим показником діяльності компаній є якість продукції.

Поліпшення якості виготовленої продукції є формою конкуренції з іншими виробниками аналогічних готових виробів, які позиціонують і підтримують себе на ринку товарів і послуг. Висока якість продукції сприяє підвищенню попиту, вищого продажу, більш високих норм прибутку та багато іншого.

Якість продукції – це сукупність властивостей виробу з метою задоволення певних вимог відповідно до їх призначення. Кількісна характеристика одного або декількох властивостей товару, що визначають якість, називається показником якості продукції. Існують загальні, індивідуальні та непрямі показники якості продукції.

Загальні показники вказують на якість всіх товарів, незалежно від їх виду та призначення:

- частка продукції найвищої якості;
- Частка експортованої та іншої продукції.

Непрямі показники – штрафи за нестандартну продукцію, обсяг та питома вага відхилених продуктів, втрати через дефекти.

Для аналізу якості продукції використовуються дані з офіційних та технічних документів, тестових файлів, відділів технічного контролю, протоколів та графіків несправного виробництва продукції тощо.

Оцінка якості продукції в компанії спочатку аналізує зміну загальних показників якості продукції – Таблиця 3.13 Як видно з таблиці, компанія вжила відповідних заходів у звітному році для покращення якості продукції та підвищення конкурентоспроможності, що відображається на збільшенні частки продукції найвищої категорії якості та продукції, що експортується.

Таблиця 3.12

Аналіз загальних показників якості продукції

Показники	Минулий рік	Звітний рік	
		план	факт
1. Обсяг продукції, тис. грн.	1087	1180	1186
2. Питома вага, %			
– продукції вищої категорії якості	75,0	76,0	77,0
– продукції яка поставляється на експорт	21,7	22,0	22,1
– забракованої продукції	1,9	1,2	0,5
– зарекламованої продукції	1,4	0,8	0,4

Належну точність визначення стану якості продукції забезпечують показники сортності продукції. Сортність використовують щодо продукції, в якій допускаються певні, несуттєві відхилення деяких ознак і якостей від чинних стандартів і технічних вимог. Зважаючи на кількість передбачених сортів і співвідношення їх у загальному обсязі виробництва, визначають середній показник сортності як за планом, так і фактично – таблиця 3.14

Таблиця 3.13

Аналіз якості продукції

Посор. коеф.	Сорт прод-ї	Ціна за од. продукції, грн.	Випуск продукції, шт.		Вартість продукції, грн.			
			Пл.	Факт.	Пл.	Факт.	По ціні 1 сорту	
							Пл.	Факт.
1,0	1	60	280	350	16800	21000	16800	21000
0,9	2	50	170	180	8500	9000	10200	10800
0,8	3	30	115	210	3450	6300	6900	12600
Разом			565	740	28750	36300	33900	44400

Аналіз якості продукції – це сукупність властивостей, яка забезпечує задоволення установлених або передбачених потреб.

Для оцінки якості використовується:

- звіт про якість;
- звіт про собівартість продукції;
- акти випробувань;
- акти про брак;
- кількість претензій на неякісну продукцію;

Загальні показники якості:

- сортність;
- вміст корисних речовин або шкідливих домішок;
- строк служби і надійність;
- призначення одного з часткових показників якості, як єдиного провідного;
- відсоток браку;
- відповідність моді;
- гарантійний термін роботи, а також кількість і вартість гарантійних ремонтів на 1 виріб.

Брак продукції – це один з показників, який свідчить про відхилення від норми за якістю виробленої продукції.

В ході аналізу вивчаючи динаміку браку за абсолютною сумою, тобто порівнюючи фактичні витрати в звітному періоді з аналогічними показниками у минулому.

Таблиця 3.14

Аналіз втрат від браку

Показник	Минулий рік	Звітний рік
1	2	3
Собівартість забракованих виробів, напівфабрикатів	150,1	180,3
Витрати по виправленню браку	3,3	5,2
Вартість браку за ціною використання	98,1	117,8
Сума утримань з осіб винуватців браку	0,6	0,8
Суми, стягнені з постачальників по претензіях за постачання недоброякісних матеріалів, віднесені на зменшення втрат від браку	1,5	2,7
Втрати від браку	53,2	64,2
Вартість відходів:		
за ціною сировини	45,6	58,8
за ціною можливого використання	10,5	14,7

Суми недоотриманої продукції можна визначити так:

ТПЧ % браку собівартості продукції/100

Мин.пер. = $2534,5453,2/100 = 1348$

$$\text{Звіт.пер.} = 3428,1\text{Ч}64,2/100 = 2\ 200$$

Аналіз: За даними таблиці видно, що в минулому періоді стан підприємства був краще ніж у звітному. Сума недоотриманої продукції звітнього періоду перевищує минулий період на 852 тис.грн.

Причини допущеного браку:

- використання матеріалів і напівфабрикатів з прихованим дефектом;
- недостатній рівень кваліфікації робіт;
- використання несправних інструментів та устаткувань;
- порушення ритмічності виробів;
- відсутність належного устаткування;
- порушення умовного зберігання.

Ритмічність – це чітка і збалансована діяльність підприємства, яка дає змогу рівномірно випускати продукцію і виконувати свої зобов'язання перед споживачами. Ритмічна робота – це випуск продукції однаковими частками за які не будь однакові проміжки робочого часу.

Ритмічність буває 2 видів:

ритмічність випуску товарної продукції;

ритмічність виробництва.

Є багато способів розрахунку показників ритмічності (аритмічність) роботи підприємства.

Таблиця 3.15

Виробництво продукції по кварталах протягом року: тис.грн.

Період	виробництво продукції по кварталах								Усього	
	1 кв.		2 кв.		3 .		4 кв.			
	∑	%	∑	%	∑	%	∑	%	∑	%
План	621	25	621	25	645,8	26	596,2	24	2484	100
Факт	1028,4	30	719,9	21	1199,8	35	480	14	3428,1	100
Відхил.	407,4		98,9		554		-116,2		944,1	

З таблиці 3. 15 можна побачити, що фактичний обсяг виробництва більше на 944,1 тис. грн.

Фактична структура виробництва змінилась в порівнянні з запланованим.

Так у 1 кварталі програму перевиконано на 5%, у 2 кварталі не довиконано на 4%, у 3 кварталі перевиконано на 9%, а у 4 кварталі не довиконано на 10%.

В процесі аналізу ми можемо підрахувати втрачені можливості підприємства з випуску продукції через неритмічність роботи.

Різниця між можливим і фактичним випуском продукції розраховується виходячи з середньо-квартального обсягу виробництва:

$$3428,1 - 480/4 = 737,02$$

3.3 Аналіз фінансових результатів діяльності підприємства

Функціонування компанії в ринкових умовах, незалежно від її виду діяльності та власності, визначається її здатністю отримувати достатній прибуток.

Прибуток – це підсумок компанії, який відзначає абсолютну ефективність його роботи. В умовах ринкової економіки прибуток є найважливішим фактором стимулювання виробництва та підприємництва підприємства та створення фінансової основи для його розширення для задоволення соціальних та матеріальних потреб трудового колективу.

Податок на прибуток також є важливим джерелом доходу (державний, місцевий). За рахунок прибутку ПП «ГеоДен» погашає борги компанії перед банком та інвесторами. Таким чином, прибуток є найважливішим загальним показником в системі оцінки ефективності виробничої, торговельної та фінансової діяльності компанії ПП «ГеоДен». Рівень прибутку, який отримує компанія, залежить від обсягу продажу продукції, їх якості та конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому ринку, охоплення, рівня витрат та інфляційних процесів, які неминуче пов'язані з формуванням ринкових відносин.

Загальна оцінка показників динаміки та прибутку. Методологічна основа для аналізу фінансових результатів стосовно ринкових відносин прийнята для всіх компаній, незалежно від юридичної форми та структури власності, моделі їх створення та використання.

Таблиця 3.16

Динаміка показників прибутку

Показники	Прогноз звіт. періоду	Фактично		Відхилення (+,-)			
		За звіт. рік, тис.грн.	За мин. рік, тис.грн.	Від прогнозу		Від минулого року	
				Сума, тис.грн.	У %	Сума, тис.грн.	У % до валового приб. мин. року
1. Чист. дох. від реаліз.	7250	9170	8540	1920	26,5	630	7,4
2. Валовий прибуток	250	1090	970	520	–	120	–
3. Фін. рез. від опер. діял.	7500	9810	8920	2310	30,8	890	10
4. Інші доходи	–	510	630	510	–	–120	–19
5. Інші витрати	–	150	200	150	–	–50	–25
6. Фін. рез. віз. звич. діял. до оподат.	7500	10170	9350	2670	35,6	320	8,8

Горизонтальний аналіз абсолютних показників, наведених у таблиці 3.16, показує, що компанія досягла високого економічного результату у звітному році порівняно з фактичними даними попереднього року. Понад 2670 тис. Грн надійшло понад прогноз. Прибуток, який складає 35,6% від прогнозованого значення (2670: 7500 x 100). Порівняно з попереднім роком зростання прибутку склало 320 тис. Грн., Або 8,8% (320: 9350x100).

Аналіз структури прибутку звітного року (вертикальний аналіз) показує, що найбільшу його частину становлять чистий дохід від продажу товарів, робіт та послуг: 90,17% у звітності (9170: 10170 x 100) та 91,3 % минулого року (8540: 9350 x 100). Незважаючи на зниження прибутку від основної діяльності на 1,13 пункту (90,17 – 91,3) порівняно з попереднім роком, збільшення абсолютної суми склало 630 тис. Грн., Або 7,4% порівняно з прогнозом – 1920 тис. Грн. або 26,5%. Позитивний результат

фінансової діяльності дозволив компанії збільшити прибуток у звітному році на 620 тис. грн., 8,3% ($620: 7500 \times 100$) та на 110 тис. грн порівняно з попереднім роком. грн. Або 1,2% ($110: 9350 \times 100$).

Фінансовий результат від неопераційної діяльності дозволив збільшити річний прибуток порівняно з прогнозом на 360 тис. грн. (510–150) або 4,8% ($360: 7500 \times 100$).

Порівняно з попереднім роком прибуток у звітному році зменшився на 70 тис. грн. Через неопераційні операції. ($- 120 - [- 50]$) або 0,7% ($70: 9350 \times 100$).

Аналіз структурної динаміки, до складу якої входить прибуток звітного року, показав, що загальна сума додаткового приросту прибутку становила 2670 тис. грн. 1920 тис. грн., Або 71,9%, отримано за рахунок збільшення обсягів продажу продукції (товарів, робіт, послуг), тобто від основної діяльності.

На зміну прибутку від реалізації продукції (товарів, заводів, послуг) порівняно з попереднім роком та прогнозу може також впливати зміна обсягу та структури реалізованої продукції, їх повної вартості та оптових цін.

Таблиця 3.17

Динаміка реалізації продукції і прибутку

Показники	Мин. рік	Звіт. рік		
		На факт. реаліз. прод.	Прогноз	Фактично
1. Реаліз. прод. в гуртових цінах п/п (без ПДВ), тис.грн.	57800	53750	49080	54190
2. Собівар–ть реліз. прод.	49260	45320	41830	45020
3. Результат (тис. грн.) + прибуток	8540	8430	7250	9170
Результат (тис.грн.) – збиток	–	–	–	–
4. Рівень рентаб. прод.	14,78	15,77	14,77	16,92

Поліпшення фінансового становища ПП «ГеоДен»

Фінансове становище компанії можна покращити за рахунок збільшення прибутку. Є багато факторів, які можуть збільшити ваш

прибуток. Наприклад, ви могли б підвищити ціну на продукти, послуги та виконану роботу. Однак такий варіант не завжди є життєздатним, оскільки компаніям не вистачає грошей у поточній економічній кризі, щоб заплатити ще більшу суму за послуги, робочу силу та товари.

Тому резерви зростання прибутку – це кількісні способи збільшення прибутку за рахунок:

- збільшення обсягу продажу;
- зменшити витрати на виготовлення та реалізацію продукції: усунення надмірних витрат на сировину, усунення незапланованих відходів, усунення невиправданих та непродуктивних витрат на майстерні та загальні виробничі витрати, а також зниження витрат на обслуговування та експлуатацію обладнання; ліквідація;
- постійне зменшення збитків, що не належать компанії.

Ще одна тенденція пошуку резервів прибутку – аналіз споживання ресурсів компанії та собівартості виготовленої продукції. Зниження витрат на виробництво та дистрибуцію є основним резервом збільшення прибутку компанії. Враховуючи особливості виробництва досліджуваної компанії, можна значно знизити виробничі витрати завдяки технічним та технологічним заходам.

Фактична вартість виконаних робіт у 2017 році становила 582,08 грн, що відповідає 20,02 грн. (або на 23%) більше, ніж у 2016 році – 562,02 грн, тоді як у 2018 році вона зменшилась на 9,37 грн і становила 572,7 грн.

Важливим резервом для поліпшення фінансового стану компанії є зменшення її дебіторської та кредиторської заборгованості.

У компанії ПП «ГеоДен» спостерігається збільшення дебіторської та кредиторської заборгованості. Основна причина збільшення зобов'язань – брак коштів для виконання своїх зобов'язань. Однак компанія може штучно збільшити свій борг. Це в тому випадку, якщо в країні є ситуація, в якій зростає інфляція. За таких обставин компанія може свідомо збільшити свої зобов'язання з погашення тієї ж суми боргу з часом. Цей варіант можливий

лише в тому випадку, якщо ціни зросли і борг не змінився (або лише незначно).

Досліджуючи особливості аналізу та руху готової продукції, а також її збуту може згрупувати наступні висновки:

– з метою формування інформаційних потоків оперативного управління, тобто системи переміщення (руху) інформації між підрозділами, цехами, окремими службами, аналітична підсистема виробничої діяльності ПП «ГеоДен» повинна забезпечити оперативну оцінку динаміки кількості й асортименту продукції, її якості, ритмічності виготовлення, правильності прогнозування виробничих витрат та собівартості тютюнових виробів, враховуючи при цьому витрати на обслуговування та переналагодження устаткування, а також відсотки браку і втрат;

– основною складовою вивчення аудиторської діяльності є питання методики проведення аудиту. З огляду на це в статті отримала подальший розвиток методика аудиту результатів діяльності підприємства шляхом розробки методичних підходів до вивчення операцій з обліку готової продукції та її збуту, а саме: на основі принципів нарахування, відповідності та періодичності запропоновано алгоритм вивчення готової продукції; розроблено загальну методологію аналітичних процедур при аудиторській перевірці фінансової звітності хлібопекарного підприємства в розрізі видів діяльності підприємства;

Вибір конкретного методу обчислення собівартості у ПП «ГеоДен» залежить від потреб отримання необхідної інформації для прийняття оперативних, тактичних та стратегічних рішень. Рішення про вибір того чи іншого методу калькулювання повинне прийматися на базі детального аналізу всіх можливих наслідків з урахуванням стратегії подальшого розвитку підприємства. Це пов'язано з тим, що різними методами можна отримати неоднакову величину собівартості певного виду продукції, хоча загальна сума витрат, що підлягає розподілу, залишається незмінною.

Виявлено, що при аналізі ефективності виробництва та реалізації

продукції у ПП «ГеоДен» майже не використовуються новітні методики, які дають змогу ефективніше здійснювати виробничу діяльність та підвищити прибутковість реалізованої продукції. Встановлено, що аналіз беззбитковості з врахуванням впливу змінних, умовно–змінних і постійних витрат на собівартість продукції дає змогу деталізувати економічні показники залежно від технології виробництва, що дає змогу оптимізувати виробничу собівартість ПП «ГеоДен»

3.4 Напрямки вдосконалення організації обліку

У дипломній роботі здійснено теоретичне узагальнення і запропоновано нові підходи до вирішення наукових задач, що полягає в дослідженні й розробці науково-методичних і практичних рекомендацій, спрямованих на вдосконалення методики обліку, аналізу готової продукції та її збуту на підприємстві ПП «ГеоДен»

Виробництво продукції у 2018 р. порівняно з 2017р. скоротилося на 25 %. Тому, в умовах конкуренції з метою залучення покупців необхідно розширювати асортимент і поліпшувати якість продукції. Одним з важливих шляхів підвищення ефективності є раціональне використання виробничих потужностей як вирішальний чинник збільшення випуску продукції, підвищення продуктивності праці й рентабельності виробництва.

Автоматизація повсюдно вважається головним, найперспективнішим напрямом розвитку промислового виробництва. Завдяки звільненню людини від безпосередньої участі у виробничих процесах, а також високій концентрації основних операцій значно поліпшуються умови праці та економічні показники виробництва. Автоматизація обліку готової продукції та її збуту дозволяє скоротити обсяги облікових робіт, збільшити оперативність облікових даних та значно розширити аналітичні можливості

економічної служби підприємства з метою забезпечення його керівництва необхідною інформацією для прийняття управлінських рішень. Отже, при автоматизації обліку підприємств розрізняють інформаційні комп'ютерні системи, призначені для автоматизації ведення бухгалтерського обліку і системи, які призначені для виконання облікових робіт, пов'язаних з оперативним та управлінським обліком виробництва, зберігання і продажу продукції. На відміну від бухгалтерських програм, які здебільшого забезпечують складання звітності, системи оперативного і управлінського обліку – це інструмент бізнесу. Проте найбільший ефект досягається при проведенні комплексної комп'ютеризації бухгалтерського, оперативного, фінансового і управлінського обліку підприємства. Кінцевою метою комплексної автоматизації є створення інформаційної бази, яка б сприяла прийняттю управлінських рішень, вибору стратегії на основі аналізу господарської діяльності за різними показниками та досягненню конкурентоспроможності підприємства.

Для збільшення обсягів реалізації продукції, підприємству необхідно використовувати засоби реклами, створення свого веб-сайту, це сприятиме налагодженню тісних зв'язків між виробником і споживачем, також допомагає ознайомитись споживачу з продукцією;

Для покращення технологічного процесу необхідна закупівля нового обладнання, переробка сировини та використання відходів, це призведе до підвищення якості та кількості виготовлення продукції.

Запропоновано на основі існуючих методів оцінок готової продукції, найбільш ефективні для досліджуваного підприємства методи оцінки готової продукції виходячи із вибраної облікової політики;

Розроблено пропозиції щодо розширення ринків збуту досліджуваного підприємства на основі проведеного аналізу виробництва та реалізації готової продукції.

ВИСНОВОК

Досліджуючи особливості аналізу виготовлення та руху готової продукції, а також її збуту може згрупувати наступні висновки.

Основними завданнями аналізу виробництва та збуту є:

- оцінка ступеня виконання плану продукції та виробничої програми;
- оцінка динаміки виробництва та збуту;
- визначення впливу різних факторів на зміну розміру цих показників;
- кількісна оцінка резервів зростання виробництва та реалізації продукції.

Виконання плану контролюється на основі показника вартості природного та матеріального складу продукції, оскільки реалізація плану реалізації фактично враховує лише виробництво продукції в запланованій кількості за умови, що графік поставок виконує кожен. без винятку покупці згідно з договірними положеннями щодо кількості, асортименту, якості продукції.

Для компанії дуже важливо проаналізувати продажі, проаналізувати виконання плану реалізації та інші плани, щоб виявити та усунути недоліки, поки вони не призвели до негативних результатів.

Аналіз динаміки та реалізації плану виробництва та реалізації продукції показує, що:

- факт, що фактичні ціни у звітному періоді перевищили планові на 306,5 тис. Грн порівняно з попереднім роком на 966,3 тис. Грн;
- товарна продукція за поточними цінами, якщо порівнювати план з фактом у звітному періоді, факт перевищує план на 944,1 тис. Грн., А також показує, що факт перевищує 893,6 тис. Грн минулого року;
- Товарна продукція за порівнянними цінами, що перевищило минулого року на 266,4 тис. Грн.

Аналіз асортименту та структури продукції показує, що:

Відсоток діапазону вказує на те, що план для діапазону не є повним. Тому компанія повинна звернути увагу на розширення та оновлення асортименту.

Компанія планувала розширити асортимент на 47,70%, фактична частка оновленої продукції становила 51,64%, враховуючи фактичний обсяг виробництва.

Проаналізувавши якість продукції, можна визначити наступне:

У минулому ситуація компанії була кращою, ніж у звітному періоді. Сума отриманої продукції у звітному періоді перевищує попередній період на 852 тис. Грн.

Аналіз ритмічного виведення показує, що:

- фактичний обсяг виробництва більше на 944,1 тис. грн.
- Фактична структура виробництва змінилася від запланованої.

Програма була перевищена на 5% у I кварталі, не виконана на 4% у II кварталі, перевищена на 9% у III кварталі та не виконана на 10% у 4 кварталі.

В ході аналізу ми можемо розрахувати втрати виробництва компанії через нерівності в роботі.

Різниця між можливою та фактичною ефективністю обчислюється виходячи із середньоквартальних показників: $3428,1 - 480/4 = 737,02$

За результатами дослідження запропоновано для зростання обсягу виробництва продукції:

- впровадження заходів науково–технічного прогресу;
- створення додаткових робочих місць;
- підвищення продуктивності праці за рахунок її інтенсифікації (суміщення професій, наукова організація праці, підвищення кваліфікації, розповсюдження передового досвіду тощо);
- поліпшення використання робочого часу (скорочення цілоденних і внутрішньо змінних втрат, непродуктивних втрат).

Розрахунок норми зносу основних фондів показує, що через те, що

первісна вартість основних фондів постійно зменшувалася протягом трьох звітних періодів, їх зношеність під час експлуатації також зменшувалася. Це призвело до збільшення зносу на 0,01% наприкінці 2017 року, що свідчить про погіршення технічного стану. Якщо коефіцієнт зносу більше 0,5, це негативний момент.

Якщо проаналізувати дані про зобов'язання балансу досліджуваної компанії, можна зробити наступні висновки: Статутний капітал не змінювався протягом трьох років і становив 1182,5 грн. Однак за три роки обсяг додаткового вкладеного капіталу збільшився, а в 2017 році резервний капітал поповнився, який збільшився на 131 687,4 грн у 2018 році, що є позитивним розвитком в діяльності компанії.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності за аналізований період ніколи не досяг нормативного рівня. Це свідчить про те, що компанія не має грошових коштів для погашення своїх короткострокових зобов'язань і використовує комерційний кредит. Як видно з наведеного вище розрахунку, коефіцієнт абсолютної ліквідності на 0,001 у 2016 році, 0,005 у 2017 році та 0,002 у 2018 році значно нижче нормативного мінімуму (0,25). Компанія змогла лише зменшити загальну заборгованість на 0,1%. погашення, а в 2017 році вона становила 0,5%. Збільшення співвідношення можна пояснити збільшенням ліквідних коштів на рахунках компанії. У 2018 році коефіцієнт зменшився до 0,002 через значне збільшення короткострокових позик банку.

Дані в таблиці 3.10 свідчать про перевищення плану готової продукції на 1400 000 грн., Або на 1,8%. Що стосується продуктів «Диван» (90% плану) та «Тумба» (план виконано 86,7%), фактичні показники значно затримані порівняно з планом.

Коефіцієнт ритму згідно таблиці 3.15 показує, що ритмічна робота компанії недостатня: відхилення від запланованого рівня виробництва були дозволені в першому та другому кварталах. Коефіцієнт ритму дорівнює $1 - 0,984 = 0,016$.

З таблиці 3. 16 можна побачити, що фактичний обсяг виробництва

більше на 944,1 тис.грн.

Фактична структура виробництва змінилась в порівнянні з запланованим.

Так у 1 кварталі програму перевиконано на 5%,у 2 кварталі не довиконано на 4%,у 3 кварталі перевиконано на 9%,а у 4 кварталі не довиконано на 10%.

В процесі аналізу ми можемо підрахувати втрачені можливості підприємства з випуску продукції через неритмічність роботи.

Різниця між можливим і фактичним випуском продукції розраховується виходячи з середньо квартального обсягу виробництва:

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Аверіна О.І. Комплексний економічний аналіз господарської діяльності: підручник, Мінськ : Амалфея, 2012. 432 с.
2. Белова І.М. Сучасний аспект трактування економічного змісту та інформаційного забезпечення управлінського обліку. *Молодий вчений: науковий журнал. Херсон*, 2015. № 1(16). С. 52–55.
3. Березівський П. С., Брик Г. В. Економічна ефективність виробництва аграрної продукції в аграрних формуваннях : монографія. Львів : Ліга–Прес, 2013. 236 с.
4. Білова, Н. Основні документи: первинні та непервинні. *Податки та бухгалтерський облік*. 2011. 7 липня (№54) : Первинні документи. С. 15–21.
5. Брейкіна, Л. Д. Операції з обліку виробничих запасів і готової продукції. навч. посіб, Київ.: АСК. 2015. (№51). С.67–69.
6. Бруханський, Р. Ф. Зміна управлінських парадигм як фактор розвитку бухгалтерського обліку: стратегічний аспект. *Облік і фінанси*. 2014. № 3 (65) С. 15–20.
7. Бруханський, Р. Ф. Концепція стратегічного менеджменту та бухгалтерський облік. *Інноваційна економіка*. – 2014. – № 3. С. 239–243.
8. Власова, М. Витрати на збут: обліковуємо правильно. *Баланс. Бібліотека бухгалтера*. 2017. № 23. С. 26–29.
9. Волкова, І. А. Фінансовий облік – 2 : навч. посіб. – Київ. : ЦУЛ, 2016. 223 с.
10. Гольцова С.М. Бухгалтерський облік : навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і доп. Суми : Університетська книга, 2017. 254 с.
11. Гросул, В. А. Методичні засади оцінювання сприятливості зовнішнього середовища для адаптації підприємств роздрібною торгівлі. *Актуальні проблеми економіки*. 2017. № 4. С. 62–74.
12. Гудзь, Н. В. Бухгалтерський облік : навч. посіб. – 2-ге вид.,

переробл. і доповн. – Київ. : ЦУЛ, 2016. 424 с.

13. Дубівка, Д. В. Поняття «збут» в системі управління підприємством. *Економіка та держава*. 2013. № 2. С. 93–96.

14. Жолнер І.К. Фінансовий облік за міжнародними стандартами : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2012. С. 85-134.

15. Загородній А.Г. Фінансово-економічний словник. Львів : Львівська політехніка, 2005. 714 с.

16. Іванченко І. П. Діловодство для бухгалтера. *Тематичний випуск: Бухгалтеру про діловодство*. 2017. С. 3–20.

17. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій : Наказ Міністерства фінансів України від 30.11.99 № 291. Дата оновлення : 29.10.2019. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99> (дата звернення : 01.11.2019).

18. Коваленко, Г. Д. Облік товарів на складах . *Бухгалтерія. Право. Податки. Консультації*. 2006. С.57– 61.

19. Кім Г.Г. Бухгалтерський облік : первинні документи та порядок їх заповнення : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2014. 440 с.

20. Кіндрацька Г.І. Економічний аналіз: теорія і практика: навч. посіб. 2-ге вид, перероб. і доп. Львів : «Магнолія 2006», 2017. 440 с.

21. Мішина, С. В. Мішин О. Ю Аналіз у галузях виробництва і послуг : навч. посіб. Харків. : ХНЕУ, 2008. С. 240

22. Мурашко, Т. Д. Первинні документи бухгалтерського обліку. *Вісник. Право знати все про податки і збори*. 2016. С. 4–11.

23. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку основних засобів : Наказ Міністерства фінансів України від 30.09.2003 № 561. Дата оновлення : 30.12.2013 р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0561201-03> (дата звернення: 20.11.2019).

24. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 16 «Основні засоби». Дата оновлення : 01.01.2012. URL :

http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929_014 (дата звернення : 01.11.2019).

25. Переверзєва, О. Р. Бруханський, Р. Ф. Облік готової продукції. *Головбух*. 2006.– С.20–25.

26. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси». Наказ Міністерства фінансів України від 20 жовтня 1999 р. N 246. Дата оновлення : 16 вересня 2019 р. URL : <https://ips.ligazakon.net/document/view/REG4044>

27. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід». Наказ Міністерства фінансів України від 29 листопада 1999 р. N 290. Дата оновлення : 27 червня 2013 р. URL : <https://ips.ligazakon.net/document/view/REG4153>

28. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» URL : Наказ Міністерства фінансів України від 31 грудня 1999 р. N 318. Дата оновлення : 27 червня 2013 р. <https://ips.ligazakon.net/document/view/REG4248>

29. Про затвердження Плану рахунків бухгалтерського обліку та Інструкції про його застосування : Наказ Міністерства фінансів України 30.11.99 № 291 (у редакції наказу Міністерства фінансів України 09.12.2011 № 1591). Дата оновлення: 18.03.2014 р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0892-99> (дата звернення 20.10. 2019).

30. Скирпан, О. П. Організація обліку : опорн. консп. лекцій. Тернопіль : ТНЕУ, 2008. С. 208

31. Савицька Г.В. Аналіз господарської діяльності підприємства : навч. посіб. 4-те вид. перероб. і доп. Київ : Знання, 2009. 704 с.

32. Сопко, В.В., Організація бухгалтерського обліку, економічного контролю та аналізу : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2016. 412 с.

33. Спільник І.В., О.М. Загородна Економічний аналіз: навчально–методичний комплекс дисципліни. Тернопіль: ТНЕУ. 2012. С. 432

34. Стельмащук, А. М. Бухгалтерський облік : теорія, практика, тренінг : навч. посіб. Львів : Новий Світ. 2012. С. 679 с.

35. Сук Л. К., Сук П. Л. Фінансовий облік. навч. посіб., 2-ге вид., Київ : Знання, 2014. 663 с.

36. Ткаченко Н.М. Бухгалтерський фінансовий облік на підприємствах України: навч. посіб, Київ.: АСК, 2014. 784 с.
37. Шинкаренко О.М., Яценко В.М., Бразілій. Н.М. Фінансовий аналіз : навч. посіб., Черкаси : ЧДТУ, 2010. 267 с.
38. Close, A.G, Finney, R. Z. Lacey, R. Z. & Sneat, J.Z.(2006).engineering the customer through event marketing, *Journal of Advertising Research*, Vol. 46 No, 4, pp. 420-433,
39. Dawes J, Assessing the impact of a very successful price promotion on brand, *Journal of Product & Brand Management*, 2004. No. 5, pp. 303-314.
40. Hellma, G. S,. Advertising vs Sales Promotion; a Brand Management Perspective *Journal of Product & Brand Management*, 2005. pp.389-414.
41. Addis, C.S. Bank Reserves and Depreciation. *The Economic journal*. 2018.pp. 414-417
42. Stamp, J.C.; Leake, P.D. Depreciation and Wasting Assets. *The Economic journal*. 2019. №86. pp. 280-283

Додаток А

Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31.12.2018

Актив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
1	2	3	4	5
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи:	1000	12	22	0
первісна вартість	1001	57	51	0
накопичена амортизація	1002	45	29	0
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	0	0
Основні засоби:	1010	11933	11988	0
первісна вартість	1011	46613	48120	0
Знос	1012	34680	36132	0
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0	0
первісна вартість	1016	0	0	0
знос	1017	0	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0	0
первісна вартість	1021	0	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	0	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	21	0	0
Гудвіл	1050	0	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0	0
Усього за розділом I	1095	11966	12010	0
II. Оборотні активи				
Запаси	1100	12519	11797	0
Виробничі запаси	1101	4734	1947	0
Незавершене виробництво	1102	0	0	0
Готова продукція	1103	7754	9838	0
Товари	1104	31	12	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0	0
Депозити перестрашування	1115	0	0	0
Векселі одержані	1120	0	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	3275	3567	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	494	774	0

Продовження Додатку А

1	2	3	4	5
з бюджетом	1135	2737	1176	0
у тому числі з податку на прибуток	1136	471	0	0
з нарахованих доходів	1140	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	708	487	0
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	128	869	0
Готівка	1166	1	2	0
Рахунки в банках	1167	127	867	0
Витрати майбутніх періодів	1170	12	1280	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0	0
у тому числі в:				
резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0	0
Інші оборотні активи	1190	595	887	0
Усього за розділом II	1195	20468	20837	0
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0	0
Баланс	1300	32434	32847	0

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
1	2	3	4	5
I. Власний капітал				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	9720	9720	0
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0	0
Додатковий капітал	1410	0	0	0
Емісійний дохід	1411	0	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0	0
Резервний капітал	1415	0	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-647	-14247	0
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0	0
Усього за розділом I	1495	9073	-4527	0

Продовження Додатку А

1	2	3	4	5
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	3684	3334	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітнього періоду)	1531	0	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітнього періоду)	1532	0	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітнього періоду)	1533	0	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітнього періоду)	1534	0	0	0
Призовий фонд	1540	0	0	0
Усього за розділом II	1595	3684	3334	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення				
Короткострокові кредити банків	1600	433	2367	0
Векселі видані	1605	0	0	0
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610	8492	9621	0
за товари, роботи, послуги	1615	4241	10809	0
за розрахунками з бюджетом	1620	817	2109	0
за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0	0
за розрахунками зі страхування	1625	347	566	0
за розрахунками з оплати праці	1630	591	1738	0
за одержаними авансами	1635	2959	5052	0
за розрахунками з учасниками	1640	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0	0
за страховою діяльністю	1650	0	0	0
Поточні забезпечення	1660	376	610	0
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	1421	1168	0
Усього за розділом III	1695	19677	34040	0
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0	0
Баланс	1900	32434	32847	0

Додаток Б

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за 2018

I. Фінансові результати

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період поперед. року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	64538	59175
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховання	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(39273)	(29370)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	25265	29805
Валовий: збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	1279	2464
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	(0)	(0)
Адміністративні витрати	2130	(8167)	(7885)
Витрати на збут	2150	(26145)	(25475)
Інші операційні витрати	2180	(5919)	(6988)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	(13687)	(8079)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	0	0
Інші доходи	2240	445	783

Продовження Додатку Б

1	2	3	4
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(318)	(215)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(19)	(1)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	(13579)	(7512)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-21	-457
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	0	0
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	(13600)	(7969)

II. Сукупний дохід

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	-13600	-7969

III. Елементи операційних витрат

Стаття	Код рядка	За звітний період	За анал. період поперед. року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	25800	20600
Витрати на оплату праці	2505	12150	9847
Відрахування на соціальні заходи	2510	2607	3644
Амортизація	2515	1538	1625
Інші операційні витрати	2520	35237	33725
Разом	2550	77332	69441

Продовження Додатку Б

IV. Розрахунок показників прибутковості акцій

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Середньорічна кількість простих акцій	2600	540002	540002
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	540002	540002
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	- 25.18509	-14.75735
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	- 25.18509	-14.75735
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

Додаток В

Звіт про рух грошових коштів за 2018 рік

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
I. Рух коштів у результаті операційної діяльності			
Надходження від: Реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	3000	41502	37028
Повернення податків і зборів	3005	784	5696
у тому числі податку на додану вартість	3006	784	5696
Цільового фінансування	3010	81	234
Надходження від отримання субсидій, дотацій	3011	0	0
Надходження авансів від покупців і замовників	3015	30381	24956
Надходження від повернення авансів	3020	506	70
Надходження від відсотків за залишками коштів на поточних рахунках	3025	0	3
Надходження від боржників неустойки (штрафів, пені)	3035	0	0
Надходження від операційної оренди	3040	368	307
Надходження від отримання роялті, авторських винагород	3045	0	0
Надходження від страхових премій	3050	0	0
Надходження фінансових установ від повернення позик	3055	0	0
Інші надходження	3095	298	1484
Витрачання на оплату: Товарів (робіт, послуг)	3100	(26424)	(19269)
Праці	3105	(8450)	(7909)
Відрахувань на соціальні заходи	3110	(3045)	(4248)
Зобов'язань з податків і зборів	3115	(3863)	(4631)
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на прибуток	3116	(0)	(702)
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на додану вартість	3117	(322)	(0)
Витрачання на оплату зобов'язань з інших податків і зборів	3118	(3541)	(3929)
Витрачання на оплату авансів	3135	(23108)	(27650)
Витрачання на оплату повернення авансів	3140	(5021)	(3104)
Витрачання на оплату цільових внесків	3145	(55)	(88)
Витрачання на оплату зобов'язань за страховими контрактами	3150	(0)	(0)
Витрачання фінансових установ на надання позик	3155	(0)	(0)
Інші витрачання	3190	(3658)	(1127)
Чистий рух коштів від операційної діяльності	3195	296	1752

Продовження Додатку В

1	2	3	4
II. Рух коштів у результаті інвестиційної діяльності			
Надходження від реалізації: фінансових інвестицій	3200	0	0
необоротних активів	3205	13	0
Надходження від отриманих: відсотків	3215	0	0
дивідендів	3220	0	0
Надходження від деривативів	3225	0	0
Надходження від погашення позик	3230	0	0
Надходження від вибуття дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3235	0	0
Інші надходження	3250	0	0
Витрачання на придбання: фінансових інвестицій	3255	(0)	(0)
необоротних активів	3260	(1236)	(566)
Виплати за деривативами	3270	(0)	(0)
Витрачання на надання позик	3275	(0)	(0)
Витрачання на придбання дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3280	(0)	(0)
Інші платежі	3290	(0)	(0)
Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності	3295	-1223	-566
III. Рух коштів у результаті фінансової діяльності			
Надходження від: Власного капіталу	3300	0	0
Отримання позик	3305	47103	14546
Надходження від продажу частки в дочірньому підприємстві	3310	0	0
Інші надходження	3340	0	0
Витрачання на: Викуп власних акцій	3345	(0)	(0)
Погашення позик	3350	45169	15059
Сплату дивідендів	3355	(0)	(0)
Витрачання на сплату відсотків	3360	(0)	(0)
Витрачання на сплату заборгованості з фінансової оренди	3365	(0)	(0)
Витрачання на придбання частки в дочірньому підприємстві	3370	(0)	(0)
Витрачання на виплати неконтрольованим часткам у дочірніх підприємствах	3375	(0)	(0)
Інші платежі	3390	(0)	(0)
Чистий рух коштів від фінансової діяльності	3395	1934	-513
Чистий рух грошових коштів за звітний період	3400	1007	673
Залишок коштів на початок року	3405	128	7
Вплив зміни валютних курсів на залишок коштів	3410	-268	-552
Залишок коштів на кінець року	3415	867	128

Продовження Додатку Д

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Погашення заборгованості з капіталу	4245	0	0	0	0	0	0	0	0
Вилучення капіталу: Викуп акцій (часток)	4260	0	0	0	0	0	0	0	0
Перепродаж викуплених акцій (часток)	4265	0	0	0	0	0	0	0	0
Анулювання викуплених акцій (часток)	4270	0	0	0	0	0	0	0	0
Вилучення частки в капіталі	4275	0	0	0	0	0	0	0	0
Зменшення номінальної вартості акцій	4280	0	0	0	0	0	0	0	0
Інші зміни в капіталі	4290	0	0	0	0	0	0	0	0
Придбання (продаж) неконтрольованої частки в дочірньому підприємстві	4291	0	0	0	0	0	0	0	0
Разом змін у капіталі	4295	0	0	0	0	-13600	0	0	-13600
Залишок на кінець року	4300	9720	0	0	0	-14247	0	0	-4527