

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра обліку та оподаткування

## КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

магістра

на тему: Облік та аналіз випуску і реалізації готової продукції

ТОВ «ТІСЕС ГРУП»

Виконала: студентка 2 курсу, групи 8.0718  
спеціальності облік і оподаткування,  
освітньої програми облік і аудит  
спеціалізації облік і аудит на підприємствах  
малого бізнесу

А.Ю. Гринченко

Керівник: к.е.н., доцент Радєва О.Г.

Рецензент: к.е.н., доцент Саєнко О.Р.

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 на підприємствах малого бізнесу

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ Н.М. Шмиголь  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2019 року

**З А В Д А Н Н Я**  
**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТОВІ**

Грінченко Аліні Юріївні

1. Тема роботи: Облік та аналіз випуску і реалізації готової продукції ТОВ «ТІСЕС ГРУП». керівник роботи Радева Ольга Георгіївна, к.е.н., 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: спеціальна література, законодавчі та нормативні акти, статистичні дані, дані фінансової звітності підприємства.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): дослідити теоретико-економічні основи обліку готової продукції та її реалізації; вивчити особливості обліку готової продукції на ТОВ «ТІСЕС ГРУП»; проаналізувати ефективність виробництва та реалізації готової продукції на ТОВ «ТІСЕС ГРУП».
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень): 16 таблиць, 15 рисунків, 22 формули

## 6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
1	к.е.н., доцент Радева О.Г	02.09.2019	02.09.2019
2	к.е.н., доцент Радева О.Г	30.09.2019	30.09.2019
3	к.е.н., доцент Радева О.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 \_\_\_\_\_ А.Ю. ГрінченкоКерівник роботи \_\_\_\_\_ О.Г. Радева**Нормоконтроль пройдено**Нормоконтролер \_\_\_\_\_ В. В. Сьомченко

## РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота: 105 с., 15 рис., 16 табл., 22 формули, 2 додатка, 44 літературних джерел.

Об'єктом дослідження є процес відображення в обліку господарських операцій пов'язаних з рухом готової продукції та їх аналіз на прикладі діяльності ТОВ «ТІСЕС ГРУП».

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження особливостей відображення в обліку та проведення комплексного аналізу господарських операцій пов'язаних з рухом готової продукції на прикладі діяльності ТОВ «ТІСЕС ГРУП».

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

Найважливіші результати дослідження, що містять наукову новизну полягають в наступному:

- досліджено погляди економістів щодо формування понять «готова продукція», «збут (реалізація)», охарактеризовано особливості формування вартості продукції, яка виготовляється та реалізовується покупцям і замовникам на сторону;

- виокремлено норми правого забезпечення організації обліку готової продукції та її реалізації на підприємствах;

- уточнено первинний облік готової продукції та форми бухгалтерських регістрів з обліку готової продукції на підприємстві;

- набули подальшого розвитку питання методики та організації аналітичного та синтетичного наявності та руху обліку готової продукції, зокрема показано механізм використання ряду субрахунків та аналітичних рахунків першого подяку до рахунка 23 «Виробництво» та позабалансових рахунків;

- проведено аналіз фінансового стану підприємства ТОВ «ТІСЕС ГРУП»;
- проведено аналіз діяльності підприємства ТОВ «ТІСЕС ГРУП», особливо в частині виробництва продукції та реалізації готової продукції;
- визначено фактори та резерви збільшення випуску і реалізації готової продукції підприємства ТОВ «ТІСЕС ГРУП».

За результатами дослідження запропоновано напрями вдосконалення обліку готової продукції в системі бухгалтерського обліку та визначено резерви підвищення ефективності виробництва та реалізації готової продукції на ТОВ «ТІСЕС ГРУП». Надані рекомендації створюють основу для вирішення проблем обліку, ефективності виробництва та реалізації готової продукції на досліджуваному підприємстві

ОБЛІК, ГОТОВА ПРОДУКЦІЯ, РЕАЛІЗАЦІЯ, ВИРОБНИЦТВО,  
АНАЛІЗ, ЕФЕКТИВНІСТЬ, ДИНАМІКА, АСОРТИМЕНТ, ЗБУТ

## SUMMARY

Qualifying work: 105 pp., 15 fig., 16 tab., 22 formulas, 2 annex, 44 references.

The object of the research is the process of reflection in the accounting of business transactions related to the movement of finished products and their analysis on the example of the activity of LLC «TICES GROUP».

The purpose of the qualification work is to investigate the features of accounting and comprehensive analysis of business transactions related to the movement of finished products on the example of the activity of TICES GROUP LLC.

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

The most important results of research containing scientific novelty are as follows:

- the views of economists are examined on the formation of the concepts of "finished goods", "sales (sales)" are investigated, the features of formation of the cost of production, which are manufactured and sold to buyers and customers on the side, are characterized;
- the norms of the right provision of the organization of accounting of finished goods and its realization at the enterprises were singled out;
- primary accounting has been clarified of finished goods and the form of accounting registers for accounting of finished products at the enterprise have been specified;
- questions of methodology were further developed and organization of analytical and synthetic availability and movement of accounting of finished products have been further developed, in particular the mechanism of using a number of subaccounts and analytical accounts of the first thank you to account 23 «Production» and off-balance sheet accounts;

- the analysis of the financial condition was carried out of the company LLC TICES GROUP;

- analysis of the activity of the company TICES GROUP LLC, especially in the part of production and sale of finished products;

- factors and reserves of increase of output and sale of finished goods of the enterprise of TICES GROUP LLC have been determined.

According to the results of the research, the directions of improvement of accounting of finished products in the accounting system were proposed and reserves for increasing the efficiency of production and sale of finished products at TICES GROUP LLC were determined. The given recommendations form the basis for solving the problems of accounting, production efficiency and sales of finished products at the studied enterprise.

ACCOUNTING, FINISHED PRODUCTS, REALIZATION,  
PRODUCTION, ANALYSIS, EFFICIENCY, DYNAMICS, PRODUCT, SALES.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ,  
СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

МСБО – Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку

П(С)БО – Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку

ЗУ – Закон України

НВП – незавершене виробництво продукції

В – витрати на виробництво продукції у звітному періоді;

СРП – собівартість реалізованої продукції

ФІФО – метод бухгалтерського обліку ТМЦ, відповідно до якого ТМЦ, поставлені на облік першими вибувають з обліку теж першими

ПКУ – Податковий кодекс України

ТОВ – Товариство з обмеженою відповідальністю

А – актив

П – пасив

НА – необоротний актив

ТТН – товарно-транспортна накладна

Дт- дебет

Кт – кредит

і т.д. – і так далі

% – відсотки



## ЗМІСТ

Завдання на кваліфікаційну роботу	
Реферат	
Перелік умовних позначень, символів, одиниць, скорочень і термінів	
Вступ.....	10
1 Теоретико-економічні основи обліку готової продукції та її реалізації	
1.1 Економічний зміст та значення готової продукції як об'єкта обліку.....	13
1.2 Нормативно-правове регулювання ведення обліку та реалізації готової продукції.....	24
1.3 Економічний зміст процесу реалізації готової продукції.....	35
2 Організація обліку готової продукції та її реалізації на підприємстві	
2.1 Організаційно-економічна характеристика підприємства ТОВ «ТІСЕС ГРУП».....	47
2.2 Організація первинного обліку та особливості відображення інформації обліку надходження та реалізації готової продукції.....	71
2.3 Шляхи вдосконалення обліку готової продукції та її збуту на підприємстві.....	78
3 Аналіз виробництва та реалізації готової продукції ТОВ «ТІСЕС ГРУП»	
3.1 Аналіз обсягу виробництва та асортименту готової продукції.....	83
3.2 Аналіз ритмічності та рівномірності випуску готової продукції.....	93
3.3 Аналіз факторів та резервів збільшення випуску і реалізації готової продукції.....	97
Висновки.....	100
Перелік посилань.....	102
Додаток А Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємства.....	106
Додаток Б Звіт про рух грошових коштів.....	108

## ВСТУП

В сучасних ринкових умовах метою діяльності суб'єкта господарювання є отримання прибутку, основним джерелом якого є реалізація готової продукції. Проте, без достовірної, релевантної, систематизованої належним чином інформації про особливості обліку готової продукції неможливе ефективне управління підприємством. Чіткий і своєчасний облік оприбуткованих, відвантажених і реалізованих виробів сприяє посиленню контролю за наявністю матеріальних цінностей, забезпеченню підприємств коштами, виявленню суспільної корисності виробленого продукту і прискоренню обертання оборотних коштів.

Актуальність теми дослідження обумовлюється ще й тим, що випуск та реалізація готової продукції на промислових підприємствах є найбільш важливою ділянкою бухгалтерського обліку. Саме продукція, яку підприємство реалізує являється головним джерелом отримання прибутків, що є основною ціллю його діяльності.

Мета кваліфікаційної магістерської роботи – дослідження теоретичних та практичних аспектів організації обліку та аналізу виробництва і реалізації готової продукції та розробка можливих напрямів її удосконалення.

Для того щоб мета була реалізована в повній мірі було поставлено такі завдання:

- дослідити існуючі підходи до визначення сутності готова продукція;
- надати загальну організаційно – економічну характеристику досліджуваного підприємства;
- з'ясувати особливості первинного, аналітичного і синтетичного обліку виробництва та реалізації готової продукції на підприємстві;
- проаналізувати особливості обліку та аналізу готової продукції на підприємстві;
- визначити фактори та резерви збільшення випуску і реалізації

готової продукції;

– запропонувати напрямки вдосконалення, які дозволять підвищити ефективність обліку та аналізу виробництва і реалізації продукції.

Об'єктом дослідження роботи є система обліку та аналізу готової продукції на Товаристві з обмеженою відповідальністю «ТІСЕС ГРУП».

Предметом дослідження є сукупність теоретичних і практичних аспектів організації обліку та аналізу виробництва та реалізації готової продукції на підприємстві.

До методів дослідження, які використовувались у роботі відносяться наступні: системний підхід (облік готової продукції досліджувався у взаємодії із іншими ділянками обліку); аналіз та синтез, індукція та дедукція (ці методи були застосовані при здійсненні аналітичних досліджень); моделювання (відображається у процесі надання схематичних даних у роботі); комп'ютеризація (користування під час дослідження комп'ютерних програм економічного характеру).

Найважливіші результати дослідження, що містять наукову новизну полягають в наступному:

– досліджено погляди економістів щодо формування понять «готова продукція», «збут (реалізація)», охарактеризовано особливості формування вартості продукції, яка виготовляється та реалізовується покупцям і замовникам на сторону;

– виокремлено норми правого забезпечення організації обліку готової продукції та її реалізації на підприємствах;

– уточнено первинний облік готової продукції та форми бухгалтерських реєстрів з обліку готової продукції на підприємстві;

– набули подальшого розвитку питання методики та організації аналітичного та синтетичного обліку готової продукції, зокрема показано механізм використання ряду субрахунків та аналітичних рахунків першого подяку до рахунка 23 «Виробництво» та позабалансових рахунків;

– проведено аналіз фінансового стану підприємства ТОВ «ТІСЕС

ГРУП»;

– проведено аналіз діяльності підприємства ТОВ «ТІСЕС ГРУП», особливо в частині виробництва продукції та реалізації готової продукції;

– визначено фактори та резерви збільшення випуску і реалізації готової продукції підприємства ТОВ «ТІСЕС ГРУП».

В якості інформаційної бази було використано законодавчі та нормативні документи, періодичні видання, напрацювання вітчизняних та зарубіжних вчених, які проводили дослідження в даній сфері, первинна документація та фінансова звітність ТОВ «ТІСЕС ГРУП».

Результати кваліфікаційного дослідження апробовано на Міжнародній науково-практичній конференції з темою доповіді «Особливості обліку готової продукції» та підготовлено статтю у міжнародному науковому журналі на тему «Аналіз обсягу випуску та реалізації готової продукції».

Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків. Загальний обсяг роботи становить 105 стандартних машинописних аркуша, що містять – 16 таблиць, 15 рисунків, 22 формули, 2 додатки. При написанні роботи використано 44 літературних джерел.

# 1 ТЕОРЕТИКО-ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ ОБЛІКУ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ТА ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЇ

## 1.1 Економічний зміст та значення готової продукції як об'єкта обліку

Готова продукція займає вагоме місце в діяльності суб'єкта господарювання, оскільки вона є одним із джерел надходження доходу, що в свою чергу є основною ціллю підприємства. Тому для цього потрібно чітко визначити дане поняття.

Згідно з П(С)БО 9 та МСБО 2 «Запаси», готова продукція є частиною запасів підприємства. Готова продукція це така, що повністю відповідає технічним та якісним вимогам, і та що вироблена з ціллю майбутнього продажу. П(С)БО 16 «Витрати» розкриває інформацію, що стосується формування собівартості готової продукції, а також відображення даних у фінансовій звітності.

Економісти, категорію «готова продукція» розглядають як таку, що уже не потребує обробки, знаходиться на фінішному етапі технічного випробування, приймання, укомплектування, відповідно до тих вимог, які зазначені у договорах із замовниками.

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 є забезпечення управлінського персоналу інформацією для оперативного регулювання реалізації продукції, планування майбутньої діяльності, запобігання суб'єктивності у процесі прийняття рішень.

При товарному виробництві готова продукція, виготовлена людиною, займала та надалі займає центральне місце у суспільстві, бо товар і гроші утворившись ще з давніх-давен й обслуговували різні суспільні системи. Проте у міру розвитку виробництва й обміну товар набуває економічного значення.

У всі часи вчені прагнули зрозуміти сутність товарних взаємин, закони, які ними керують. Вагомий вклад у розвиток цього питання здійснив прихильник натурального господарства Аристотель, який визнав необхідності обміну продуктами праці. У своїх працях філософ прийшов до геніального для того часу висновку: «якщо один товар обмінюється на інший, то це означає, що вони рівні» [1, С. 134]. Але він не зміг з'ясувати й обґрунтувати, що знаходиться в основі такої рівності.

В середньовічній епосі рівність товарів трактувалася з теолого-етичної точки зору, і тільки в результаті класової боротьби з феодализмом, удосконалюючи економічну науку з позиції аналізу виробництва, теорія «товару» поступово отримала свій подальший розвиток. Меркантилістські вчення не змогли дати правильного вирішення проблеми, бо їх прихильники вважали, що джерелом капіталу є не виробництво, а лише процес обігу, гроші. Основоположником таких суджень вважається Вільям Петі, який висловив думку, що вартість товарів визначається порівняною кількістю витраченої на них праці. При цьому автор помилково стверджував, що вартість утворюється лише за рахунок праці, витраченої на виробництво грошового товару (срібла), а інші види трудової діяльності створюють вартість лише в результаті обміну їх продукту на гроші [2].

На відміну від меркантилістів, фізіократи стверджували, що джерелом капіталу є сільськогосподарська праця, в результаті якої створюється «чистий продукт». Ця теорія була протрактована у працях Адама Сміта і Рікардо. А.

Сміт висунув припущення, що в якій завгодно галузі виробництва будь-яка праця створює вартість. Поряд з трудовою теорією вартості зустрічається у А. Сміта визначення вартості – як вартості праці, яка купується за цей товар, і як суми доходів робітників.

Однак, філософи-дослідники не врахували історичного процесу розвитку обміну, бо вважали капіталізм вічним, природним явищем. У результаті обмін товарів трактувався як позаісторичне явище, обумовлене природою людини. І тільки Маркс зумів наблизити науковий підхід до економічної теорії довівши, що для пізнання законів товарного виробництва треба аналізувати умови матеріального життя суспільства та умови виробництва матеріальних благ [2].

Стрижневим поняттям теорії товарного виробництва є «товар», якому історично та логічно передував термін «благо». Благо – це все те, що містить в собі певний позитивний сенс, предмет, явище, продукт праці, що задовольняє певну людську потребу і відповідає інтересам людей. Своєрідною формою економічного блага є товар, тобто товар – це особливе економічне благо, яке виготовлено для обміну. За визначенням К. Маркса, «товар є перш за все зовнішнім предметом, річчю, яка своїми властивостями задовольняє які-небудь людські потреби. Природа цих потреб – нічого не змінює» [2].

Фрідріх Енгельс також відзначав, що «для того, щоб стати товаром, продукт повинен бути переданий до рук того, кому він служить як споживча вартість, за допомогою обміну». Звідси слідує, що товар – це не що інше, як продукт праці, призначений для обміну.

У сучасній економічній науці поряд з таким загальним поняттям, як «товар», існує вужче поняття – «продукція». Залежно від економічного призначення продукція поділяється на:

- предмети вжитки, які включають продовольчі та непродовольчі товари, що задовольняють особисті потреби людей;
- продукцію виробничого споживання, тобто засоби виробництва;

– продукцію військово-промислового комплексу.

На рівні держави одним з основних макроекономічних показників, що оцінюють результати економічної діяльності всієї сукупності підприємств, є валовий внутрішній продукт, який вимірює вартість кінцевої продукції, виробленої резидентами даної країни. Валовий внутрішній продукт – це перш за все показник виробництва [3. С. 78].

На мікроекономічному рівні, тобто на рівні підприємства, продукція за своїм складом та призначенням ділиться на валову і товарну. До складу валової продукції підприємства включають вартість готових виробів, напівфабрикатів і послуг виробничого характеру, призначених для використання як усередині підприємства, так і відпущених на сторону, вартість виготовлення і ремонту тари, якщо вона не включається в ціну продукції.

Валова продукція характеризує загальний обсяг виробничої діяльності підприємства незалежно від ступеня готовності продукції. Ця продукція, призначена для збуту і реалізації за межі підприємства (сукупності підприємств або галузі народного господарства) [4].

Товарна продукція промислового підприємства формується в грошовому вираженні та є обсягом тієї частини виготовленої продукції, яка буде відпущена (реалізована) за межі його основної діяльності.

Вона включає виготовлені усіма основними, допоміжними, підсобними і побічними цехами підприємства готову продукцію, яка створена у конкретному періоді для збуту на сторону, а також включає напівфабрикати й виконані, попередньо замовлені іншими підприємствами та організаціями, роботи промислового характеру (послуги) також для реалізації на сторону.

На відміну від валової, товарна продукція не включає зміни залишків незавершеного виробництва, а також напівфабрикатів свого виробництва, які призначені для власного використання в цехах підприємства.

В свою чергу готова продукція входить до складу товарної (рис. 1.1)



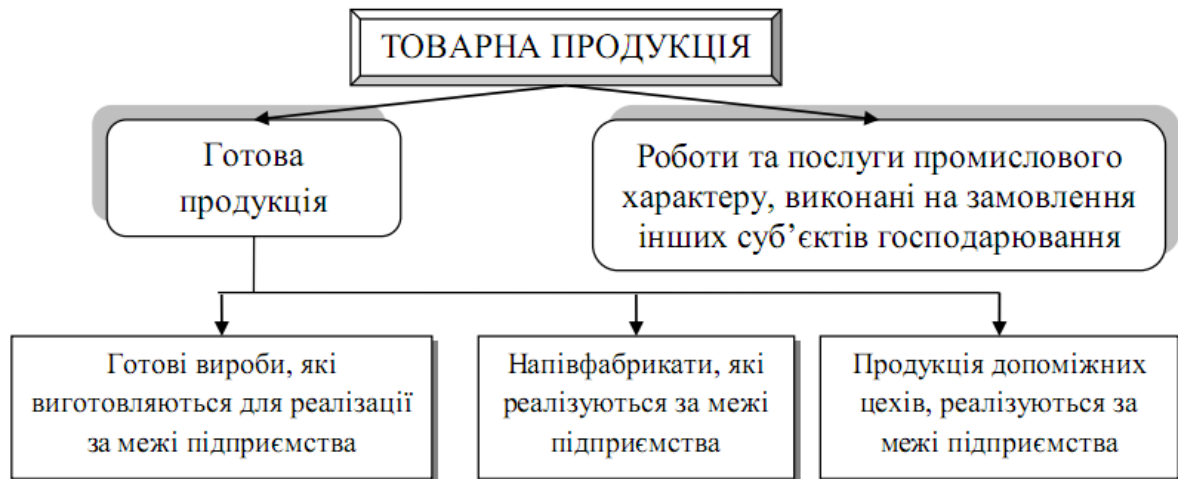


Рис. 1.1 Структура товарної продукції промислового підприємства

Сучасні економісти готову продукцію тлумачать, як продукцію, котра повністю завершена обробкою на конкретному підприємстві, пройшла усі стадії технічного випробовування, приймання, укомплектування, відповідно до умов договорів із замовниками та відповідає стандартам або затвердженим технічним умовам, не потребує подальшої обробки на цьому підприємстві і здана на склад чи передана замовнику [5, С. 227]. Обґрунтовуючи суть готової продукції, Ф. Ф. Бутинець вводить поняття «і придатна для споживання» [6]. До цього трактування М. І. Должанський та А. М. Должанський додають, що «готова продукція може мати, а може не мати кількісні та якісні характеристики, але завжди продукція має вартісну характеристику. Усі елементи виробничого процесу – сировина, матеріали, які перебувають на різних стадіях технологічного процесу, утворюють незавершене виробництво та формують вид виробничого запасу» [7, С. 214].

Такі автори, як Г. П. Журавель та П. Я. Хомин, відмічають, що готовою продукцією є така, яка повністю пройшла передбачені технологією виробництва стадії і процеси, оприбуткована на склад, або прийнята замовником [8]. Проте науковці не надають особливого значення оцінці ні запасів, ні готової продукції зокрема.

Відповідно до П(С)БО 9 «Запаси» готовою продукцією, вважається продукція, що виготовлена на підприємстві, в установі, призначена для

продажу і відповідає технічним та якісним характеристикам, передбаченим договором або іншим нормативно-правовим актом [9]. Порівнявши це визначення із тлумачення такого виду продукції у міжнародній обліковій практиці, спостерігаємо практичне його співпадання. При цьому уточнюється, що вироби, які не пройшли всіх стадій технологічної обробки, випробувань і технологічного приймання, вважаються не закінченими і входять до складу незавершеного виробництва підприємства.

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.

У свою чергу, Н. М. Ткаченко готовою продукцією вважає «матеріальний результат виробничої діяльності кожного підприємства» [10, С. 398]. Заразом автор приділяє значну увагу оцінці готової продукції, а саме залишкам незавершеного виробництва на кінець місяця, яку визначають за формулою 1.1:

$$\text{НВП}_к = \text{НВП}_п + В - \text{СРП}, \quad (1.1)$$

де  $\text{НВП}_к$  – незавершене виробництво продукції на кінець звітного періоду;

$\text{НВП}_п$  – незавершене виробництво продукції на початок звітного періоду;

$В$  – витрати на виробництво продукції у звітному періоді;

$\text{СРП}$  – собівартість реалізованої продукції.

Цікавий підхід щодо визначення собівартості готової продукції показує М. С. Пушкар, вважаючи його універсальним показником, який в грошовому вираженні акумулює усі витрати (прямі і не прямі), що пов'язані з будь-яким процесом чи виробом [11].

Автор приділяє увагу управлінській спрямованості обліку готової продукції та відповідно виробничих витрат, що є сукупністю її собівартості.

Готову продукцію з погляду управлінського обліку також розглядав І. Д. Фаріон. Він відмітив, що її оприбутковують в кількісному вираженні протягом місяця, а в кінці місяця виражають в грошовій оцінці [12].

З цього виходить, що продукція відноситься до готової при виконанні наступних умов:

- виробничий процес, відповідно до технологічних умов, повинен бути завершеним;
- оприбуткування продукції на склад повинно здійснюватись відповідно до встановлених технічних параметрів та інших нормативів і стандартів, що діють на конкретному підприємстві;
- оприбуткування та реалізація готової продукції обов'язково повинні супроводжуватись відповідними первинними документами.

Аналіз підходів науковців до трактування поняття «готова продукція» дозволив виокремити спільні риси цієї категорії, що відображають її економічну сутність (рис.1.2)

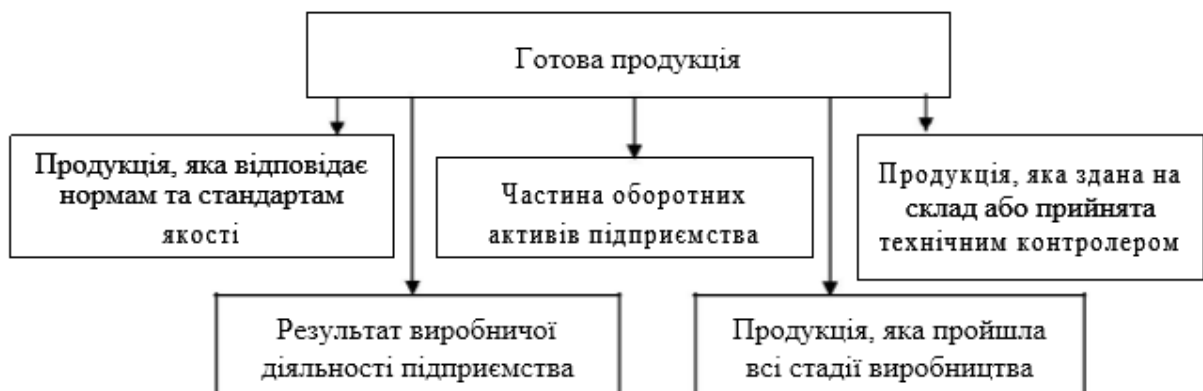


Рис. 1.2 Спільні риси у визначенні авторів категорії «готова продукція»

Після завершення виробничого циклу готова продукція надходить на склад підприємства. На цьому етапі вона стає невід'ємною частинною запасу підприємства й виступає як готова продукція, або як сировина для наступного виробництва.

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. 1.3).

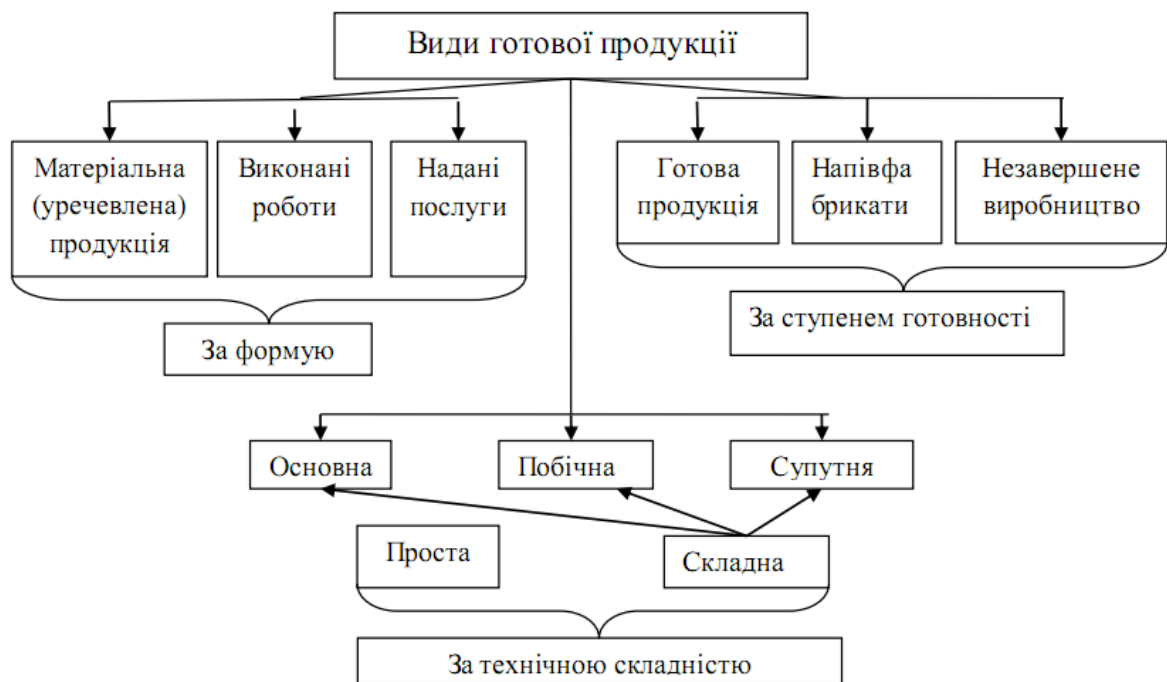


Рис.1.3 Класифікація готової продукції

Головна місія, будь-якого підприємства – отримати прибуток. Не винятком є і виробничі підприємства, кінцевим результатом діяльності яких є саме реалізація (збут) виготовлених своїми силами виробів та продукції.

Збут готової продукції є завершальним етапом кругообігу господарських засобів підприємства, що дозволяє йому виконувати свої

зобов'язання перед державним бюджетом, банком щодо позик, робітниками й службовцями, постачальниками, а також відшкодувати виробничі витрати.

Отже, збут продукції окремого 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 продану 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.

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

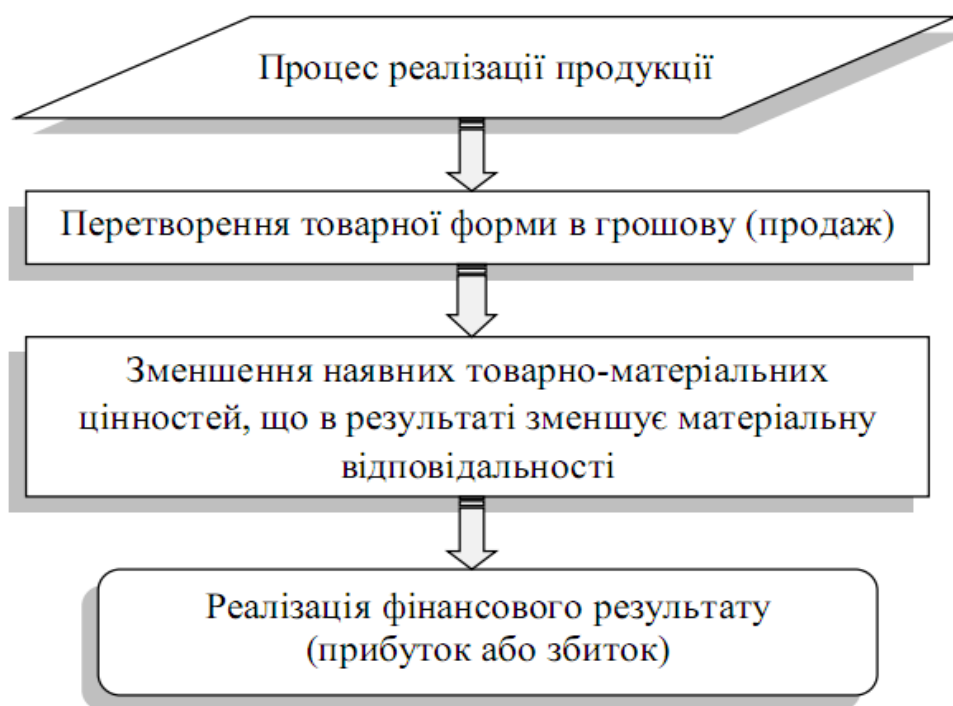


Рис.1.4 Схема реалізації готової продукції

Таким чином, покупець відшкодовує підприємству-виробнику вартість готової продукції за цінами реалізації.

Ціна реалізації встановлюється виробником продукції в залежності від різних факторів та обов'язково узгоджується з покупцем і прописується у договірних документах. До факторів, які впливають на формування ціни продажу, можна віднести:

- фактичну або очікувану собівартість продукції;
- пропозиції та попит на ринку на цю продукцію;
- встановлення відповідних державних обмежень на цін та націнок щодо певних видів продукції, особливо деяких продуктів харчування.

Однак, при формуванні ціни реалізації потрібно враховувати, що її рівень повинен бути завжди вище виробничої собівартості. В іншому випадку підприємству неминуче отримає збитки.

Сьогодні на промислових підприємствах можуть застосовувати такі види оцінки готової продукції:

- за фактичною виробничою собівартістю;
- за неповною (скороченою) виробничою собівартістю продукції, що обчислюється за фактичними витратами без загальногосподарських витрат;
- за плановою (нормативною) виробничою собівартістю;
- за оптовими цінами реалізації;
- за твердими обліковими цінами.

При цьому використовуючи той чи інший вид підрахунок вартості продукції може здійснюватись одним із двох способів: тільки у грошових цінах, або ще із одночасним визначенням і в натуральних одиницях.

Це залежить від технології та організації процесу виробництва, виробу форми контролю за здійсненими витратами і якістю готової продукції, супроводу та гарантійному контролю продукції та усунення недоліків, виявлених у процесі виробництва.

Таким чином, поняття «готова продукція» в працях економістів з'явилося не відразу. Історично йому передувало поняття «товар», що

розумілось значно ширше. Саме цьому поняттю й присвячено безліч досліджень вчених різних епох і економічних течій.

Готова продукція – матеріально-уречевлене завершення виробничого процесу суб'єкта господарювання. Окрім виготовлення матеріальної продукції, підприємство має можливість для інших суб'єктів господарювання надавати ряд певних послуг.

Наприклад, підприємство може виконувати певний перелік робіт, пов'язаних з ремонтом або перевезенням багажу з використанням транспорту, який є власністю самого підприємства. Така різновидність продукції має назву «виконані роботи та послуги».

Отже, до продукції господарюючого суб'єкта відноситься готова продукція і виконані роботи та послуги.

Таким чином, після проведених досліджень можна дати наступне тлумачення поняттю «готова продукція». Це виріб, послуга або робота, що знаходиться на фінішному етапі технічної обробки, повністю задовільняють критерії, які наведені в договорі та вироблені/виконані згідно стандартам.

Також готова продукція це та, яка відправлена до складських приміщень або до клієнта-покупця відповідно до затвердженого порядку отримання товару.

Готова продукція на підприємстві проходить такі стадії: виготовлення і випуск з подальшою передачею на склад; зберігання продукції на складі підприємства; відпуск продукції зі складу для внутрішніх потреб підприємства чи реалізації на сторону.

Таким чином, дослідження, які були нами здійснені, підтверджують той факт, що розуміння суті категорії «готова продукція» є дуже вагомим.

Це пояснюється тим, що в структурі оборотних активів готова продукція має високий рівень питомої ваги. Розбіжності в підходах до трактування суті економічної категорії пояснюється різницею в поясненні у П(С)БО та інших діючих нормативних актах.

## 1.2 Нормативно-правове регулювання ведення обліку та реалізації готової продукції

Формуючи нормативно-правову базу, законодавець встановлює «правила гри» або юридичні аспекти економічної діяльності, які обов'язкові до виконання всім контрагентам фінансово-економічної сфери – виробничі підприємства, покупці, замовники, органи влади.

До вище перерахованих правил відносять Закони України, Нормативно правові акти, які визначають умови діяльності суб'єктів підприємницької діяльності на ринку та їх відносини з державними структурами.

Правові норми поширюються на проблеми якості продукції й безпеку праці, на взаємостосунки профспілок та адміністрації тощо.

Управління вітчизняною економікою на законодавчому рівні здійснюється Верховною Радою України, а на виконавчому – регулюється постановами Кабінету Міністрів України, нормативними актами профільних міністерств і відомств, та указами Президента.

Вище наведена законодавча база, координує відносини фізичних і юридичних осіб, та визначає взаємну відповідальність учасників один перед одним.

Пакет законів, що регулюють економічні взаємовідносини між учасниками ринку в Україні, напрацьовується.

Нині операції, пов'язані з обліком готової продукції та витрат на збут продукції (робіт, послуг), здійснюються на підставі:

– Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 року № 996-XIV (зі змінами та доповненнями).

Цим законом регламентуються правові принципи регулювання, організації, ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності в Україні.

Даним законом визначається ціль бухгалтерського обліку та фінансової



звітності. Згідно з законом ціль ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності являється надання користувачам для прийняття рішень повної, правдивої і неупередженої інформації про фінансовий стан, результати діяльності та рух грошових коштів на підприємстві.

Цим законом передбачаються загальні вимоги до фінансової звітності, а саме на підставі даних бухгалтерського обліку підприємство повинне складати фінансову звітність, яка підписується керівником і бухгалтером підприємства.

Також Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність» передбачається, що контроль за дотриманням законодавства про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні здійснюється відповідними органами в межах їхньої компетенції, передбачених законами [12];

– Закон України «Про оподаткування прибутку підприємств» від 22.05.1997 р. № 283/97 ВР.

Цим законом визначається об'єкт оподаткування, згідно якого, об'єктом оподаткування являється прибуток, який визначається шляхом зменшення суми скорегованого валового доходу, визначеного згідно пункту 4.3 діючого Закону. Також, що являється валовим доходом, а що валовими витратами, правила ведення податкового обліку, ставки оподаткування, а також порядок нарахування та строки сплати податку [13];

– Закон України «Про податок на додану вартість» від 03.04.1997 р. Цей Закон визначає платників податку на додану вартість, об'єкти, базу та ставки оподаткування, перелік неоподатковуваних та звільнених від оподаткування операцій, особливості оподаткування експортних та імпорتنих операцій, поняття податкової накладної, порядок обліку, звітування та внесення податку до бюджету[14];

– Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 20.10.1999 р. № 246.

Це положення визначає методологічні засади формування в обліку

інформації про запаси і розкриття їх у фінансовій звітності[15];

– Наказу Міністерства Фінансів України «Про застосування плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань та господарських операцій підприємств і організацій» від 30.11.1999 р. № 291 [16];

– Наказу Міністерства Фінансів України від 29.12.2000 р. № 356 «Про затвердження Методичних рекомендацій по застосуванню реєстрів бухгалтерського обліку» [17];

– Закону України «Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини» від 06.09. 2005 р. № 2809 - IV [18].

Баєвська Л.Л. зазначає «..незважаючи на те, що в даний час бухгалтерський облік регулюється через законодавство та інші нормативнорегулюючі документи, його не слід розглядати як стандартну технологію, суть якого зводиться до алгоритму і програми збору інформації. Він є динамічною системою, що постійно удосконалюється і змінюється» [19, с. 13].

Вагому роль в управлінні процесом збуту, займає антимонопольне законодавство, яке у значній мірі забезпечує повноцінну конкуренцію на ринку економічних відносин. Його було запропоновано законом Шермана (США) ще у 1830 році [20, с.40 ].

З метою запобігання негативного впливу, монопольних утворень на діяльність окремих промислових підприємств, держава і застосовує антимонопольне законодавство.

Основні принципи антимонопольного регулювання діяльності суб'єктів господарювання визначено в Законі України «Про захист економічної конкуренції» від 11.01. 2001 р. № 2210-III [21].

Згідно з цим законом, протидія монополізму виробників досягається шляхом заборони, обмеження або припинення виробництва товарів, потрібних для ринку; нав'язування контрагентові не вигідних для нього умов угоди або інших умов, що ним не передбачені; відмови від збуту або

закупівлі, що дискримінує учасників господарського обігу за відсутності альтернативних джерел постачання чи збуту; нав'язування громадянам примусових заходів щодо продажу товару; порушення порядку використання вільних цін або знищення державних і верхньої межі регульованих цін; порушення обсягу збуту або закупівлі, що дискримінує учасників господарського процесу за відсутності альтернативних джерел постачання чи збуту.

Облік та реалізація готової продукції включає такий комплекс робіт, при виконанні яких забезпечується своєчасний і якісний облік виробництва, випуску та реалізації готових виробів не тільки в цілому за звітній період, але і за коротші проміжки часу (зміну, декаду тощо), контроль за цілістю і своєчасним відвантаженням готової продукції покупцям. Більш детальними завданнями обліку готової продукції є:

- постійний контроль за виробництвом готової продукції (робіт, послуг) у розрізі показників як її обсяг, асортимент, якість;
- комплексний і вірогідний облік готової продукції на складі, систематичний контроль за її збереженням і станом;
- своєчасний і регулярний облік відвантаженої та реалізованої продукції (робіт, послуг), достовірна чітка організація розрахункових операцій з покупцями та замовниками;
- облік і контроль дотримання кошторису бюджетних, непрямих та інших витрат, пов'язаних зі збутом продукції (робіт, послуг);
- своєчасне і достовірне визначення результатів від реалізації продукції (робіт, послуг) та їх облік.

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.

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.

Визначення готової продукції, на відміну від П(С)БО 9 «Запаси», у Податковому кодексі вжито термін «вироблена продукція», який означає «загальний обсяг продукції, видобутої відповідно до угоди про розподіл продукції і доставленої в пункт виміру» [15].

Більш наближене значення до національного стандарту подано у Інструкції «Про застосування плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу і зобов'язань».

До готової продукції тут належить продукція, обробка якої закінчена та яка пройшла випробування, приймання, укомплектування згідно з умовами договорів із замовниками і відповідає технічним умовам і стандартам [23].

Особлива увага у законодавчо-нормативних документах приділяється формування вартості готової продукції та оцінці її збуту.

У бухгалтерському обліку готова продукція оцінюється за фактичною

собівартістю, яка може бути визначена тільки після збирання всіх затрат та калькулювання.

Разом з тим виникає потреба в щоденному обліку наявності й руху готової продукції та визначенні її вартісних характеристик. Тому у поточному обліку готову продукцію оцінюють за «твердими» обліковими цінами (середньорічною плановою собівартістю, договірними або оптовими цінами, або за фактичною виробничою собівартістю).

Оцінка продукції за «твердими» обліковими цінами дає змогу вести постійний поточний облік незалежно від калькуляції фактичної собівартості. Такі ціни є основою ведення бухгалтерського обліку готової продукції на складах оперативного-бухгалтерським методом.

З прийняттям Національних стандартів бухгалтерського обліку в Україні виникає необхідність по-новому відображати господарські операції з випуску готової продукції та її реалізації, формувати її собівартість.

Саме дотримання наближення діючої методики обліку до міжнародної у Податковому кодексі собівартість реалізованих товарів, виконаних робіт, наданих послуг трактується, як витрати, що прямо пов'язані з виробництвом та/або придбанням реалізованих протягом звітного податкового періоду товарів, виконаних робіт, наданих послуг, які визначаються відповідно до положень (стандартів) бухгалтерського обліку, що застосовуються в частині, яка не суперечить положенням цього розділу [24].

Відповідно до П(С)БО 16 «Витрати» собівартість реалізованої продукції (робіт, послуг) складається з виробничої собівартості продукції (робіт, послуг), яка була реалізована протягом звітного періоду, нерозподілених постійних загальновиробничих витрат та наднормативних виробничих витрат [25].

У світовій практиці розрізняють два підходи (моделі) щодо формування собівартості готової продукції – французьку та англосаксонську, тобто визначення повної та неповної собівартості.

Відповідно до діючих в Україні законодавчих норм, то як бачимо,

собівартість калькулюється на основі розрахунків неповних витрат, але з одночасним розподілом непрямих постійних загальновиробничих витрат і включенням їх у собівартість реалізації продукції. Тому, на українських підприємства формують виробничу собівартість, собівартість реалізації, а також з метою достовірності розрахунку цінової політики в управлінському обліку використовують повну собівартість виготовленої продукції (рис. 1.5).

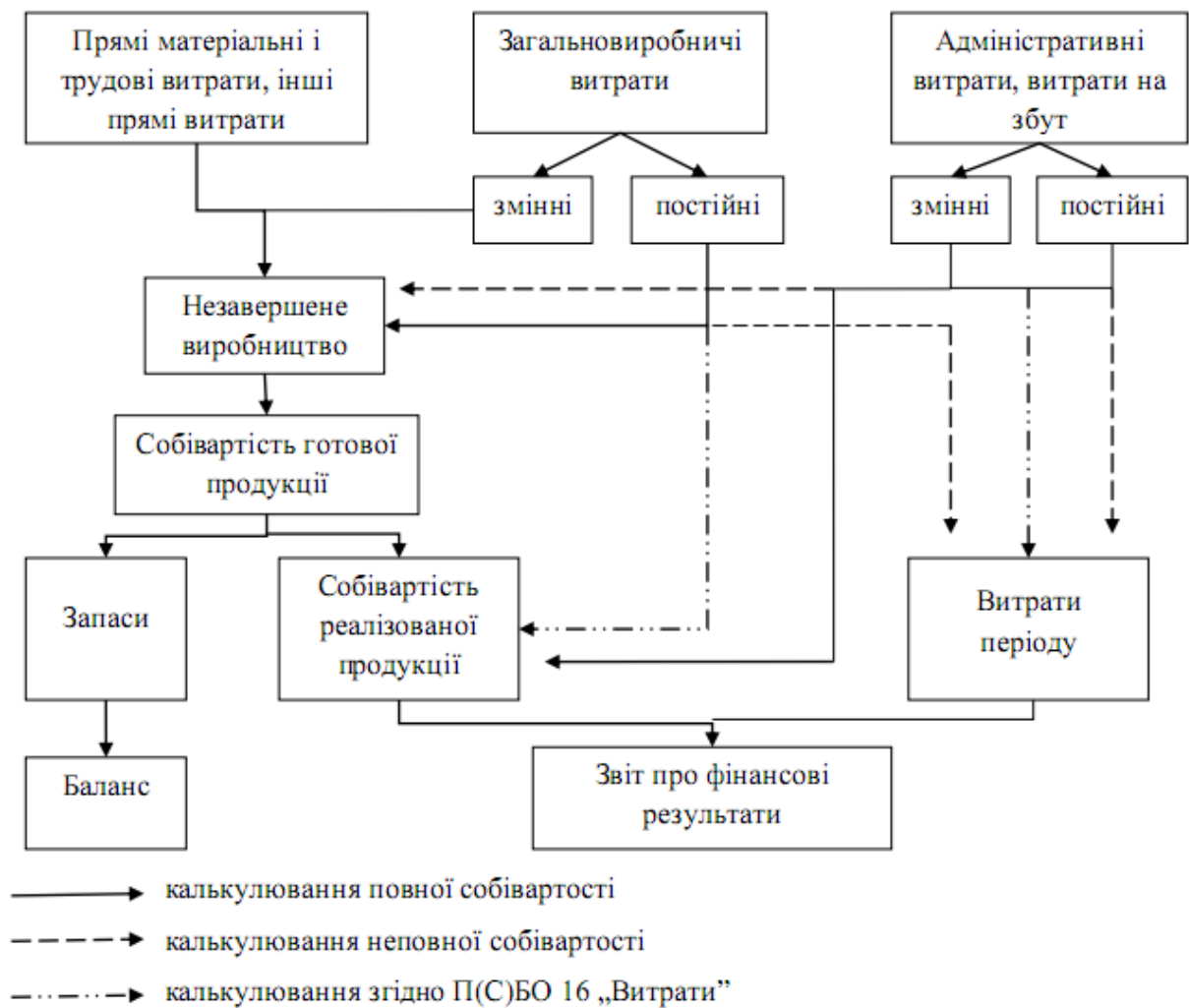


Рис. 1.5 Підходи до калькулювання собівартості продукції

До виробничої собівартості готової продукції відповідно до П(С)БО 16 «Витрати» включаються прямі матеріальні витрати, прямі витрати на оплату праці, інші прямі витрати, змінні загальновиробничі та постійні розподілені

загальновиробничі витрати.

Виробнича собівартість продукції зменшується на справедливу вартість супутньої продукції, яка реалізується, та вартість супутньої продукції в оцінці можливого її використання, що використовується на самому підприємстві [26].

Податковий кодекс (ст.138 п.8) розширює методику формування собівартості виготовленої продукції, а саме додає до неї амортизацію виробничих основних засобів та нематеріальних активів, безпосередньо пов'язаних з виробництвом товарів, виконанням робіт, наданням послуг [27, с. 115].

Розглядати собівартість продукції в якості лише затрат на виробництво, виражених у грошовому вимірнику, на нашу думку, буде помилковим, оскільки не відобразить повною мірою сутність даного поняття.

Адже варто зазначити, що собівартість продукції як економічна категорія виконує ряд найважливіших функцій [28]:

- облік і контроль всіх затрат на випуск і реалізацію продукції;
- база для формування оптової ціни на продукцію підприємства і визначення прибутку і рентабельності;
- економічне обґрунтування доцільності вкладення реальних інвестицій на реконструкцію, технічне переозброєння і розширення діючого підприємства; визначення оптимальних розмірів підприємства;
- економічне обґрунтування і ухвалення будь-яких управлінських рішень тощо.

Варто зазначити, що в англійській літературі поняття «собівартість продукції» не вживається, а її означення використовуються термін «cost», трактуючи його як грошове вираження ресурсів, пов'язаних із виготовленням продукції.

При збуті готова продукція залежить від облікової політики підприємства оцінюється одним із методів, передбачених у П(С)БО 9 «Запаси», щодо вибуття запасів, а саме ідентифікованої собівартості

відповідної одиниці запасів; середньозваженої собівартості; собівартості перших за часом надходження запасів (ФІФО); нормативних затрат; ціни продажу. При відображенні продажу готової продукції в бухгалтерському обліку зазначаються дві її оцінки: оцінка, що прийнята підприємством згідно з обліковою політикою, – первісна вартісна (по дебету рахунку 90 «Собівартість реалізації готової продукції»), та оцінка, що визначаються за домовленістю сторін (по кредиту рахунку 70 «Дохід від реалізації готової продукції»).

А відповідно до податкового обліку, витрати, з яких складається собівартість реалізованих товарів (виконаних робіт, наданих послуг) визнаються витратами того звітного періоду, в якому визнано доходи від реалізації таких товарів, виконаних робіт, наданих послуг. Винятком є нерозподільні постійні загальновиробничі витрати, котрі зараховуються до складу собівартості реалізованої продукції в періоді їх виникнення. Собівартість реалізованої продукції складається з наступних витрат (рис. 1.6).

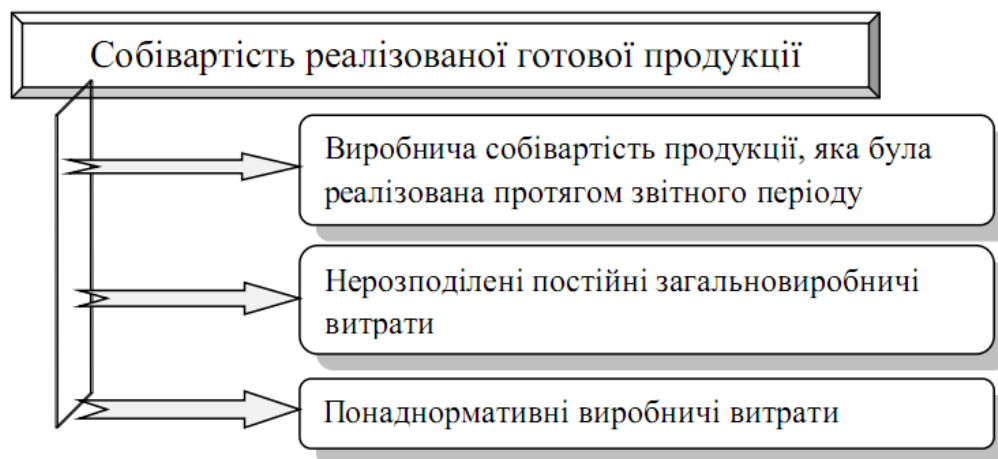


Рис. 1.6 Склад собівартості реалізованої готової продукції

При збуті продукції підприємство, як уже зазначалось, повинно встановити вигідну для себе ціну, тобто, що у майбутньому отримати економічну вигоду від реалізації виготовленої продукції. Згідно Податкового



кодексу можна скористатись однією із цін, а саме використати договірну ціну, яка утверджена у договорі купівлі-продажу й не може бути змінена, або звичайну ціну.

Остання використовуються у разі здійснення: бартерних операцій; операцій з пов'язаними особами; операцій з платниками податків, що застосовують спеціальні режими оподаткування або інші ставки, ніж основна ставка податку на прибуток, або не є платником цього податку, крім фізичних осіб, які не є суб'єктами підприємницької діяльності; в інших випадках, визначених цим Податковим кодексом.

Методи	Характеристика формування ціни
Порівняльної неконтрольованої ціни (аналогів продажу)	Застосовується ціна, яка визначається за ціною на ідентичні (а за їх відсутності – однорідні) товари (роботи, послуги), що реалізуються (придбаваються) не пов'язаній з продавцем (покупцем) особі за звичайних умов діяльності
Ціна перепродажу	Застосовується договірна ціна товарів (робіт, послуг), визначена під час подальшого продажу таких товарів (робіт, послуг) покупцем третій особі, за вирахуванням відповідної націнки та витрат, пов'язаних із збутом
„Витрати плюс”	Застосовується ціна, що складається з собівартості готової продукції (товарів, робіт, послуг), яку визначає продавець, і відповідної націнки, звичайної для відповідного виду діяльності за співставних умов. Мінімальний розмір націнки може бути визначено на законодавчому рівні
Розподілення прибутку	Визначається прибуток від операції, який повинен бути розподілений між її учасниками. Такий прибуток розподіляється на економічно обгрунтованій основі, що наближує цей розподіл до розподілу прибутку, який отримали б учасники операцій, якби були непов'язаними особами
Чистого прибутку	Грунтується на порівнянні показників рентабельності операції, які розраховуються на підставі відповідної бази (такої як витрати, обсяг реалізації, активи), з аналогічними показниками рентабельності операцій між непов'язаними особами у співставних економічних умовах.

Рис. 1.7 Методи визначення ціни відповідно до ПКУ

З метою визначення достовірної ціни, тобто такої, яка б відповідала

перш за все технологічним вимогам продукції, що реалізується, ПКУ пропонує підприємствам використовувати один із методів визначення звичайної ціни: порівняльної неконтрольованої ціни (аналогів продажу), ціни перепродажу, «витрати плюс», розподілення прибутку, чистого прибутку (рис. 1.7).

При цьому необхідно використовувати інформацію про ціни в операціях між непов'язаними особами у співставних умовах на відповідному ринку товарів (робіт, послуг). Цим же пунктом ПКУ визначено, які саме умови є співставними.

Для визначення звичайних цін на товари (роботи, послуги) використовуються офіційні джерела інформації, у тому числі:

- статистичні дані державних органів і установ;
- ціни спеціалізованих аукціонів з торгівлі окремими видами продукції, біржові котирування;
- довідкові ціни спеціалізованих комерційних видань та публікацій, у тому числі електронних та інших банків даних;
- звіти та довідки відділів з економічних питань у складі дипломатичних представництв України за кордоном;
- інші інформаційні джерела, що визнаються офіційними в установленому порядку.

Якщо продаж (відчуження) товарів здійснюється у примусовому порядку згідно із законодавством, звичайною є ціна, отримана під час такого продажу. Таким чином, у більшості випадків при визначенні звичайної ціни треба орієнтуватися на ринкові ціни.

У свою чергу, ринковою є ціна, за якою товари (роботи, послуги) передаються іншому власнику за умови, що продавець бажає передати їх, а покупець – отримати на добровільній основі.

Для товарів, раніше ввезених на митну територію України у митному режимі імпорту або реімпорту, звичайною ціною продажу (поставки) на митній території України вважається ринкова ціна, але не нижче митної

вартості товарів, з якої були сплачені податки та збори під час їх митного оформлення.

Отже, регулювання законодавчими нормативними документами обліку готової продукції сьогодні наближено до міжнародних стандартів обліку і фінансової звітності.

### 1.3 Економічний зміст процесу реалізації готової продукції

Завершальним етапом кругообороту капіталу підприємства є процес реалізації, який здійснюється на основі угод про поставку виробленої підприємством продукції.

Процес реалізації – це сукупність операцій з продажу готової продукції споживачам. У процесі реалізації натуральна форма продукту в результаті обміну набуває грошової форми.

Процес тісно пов'язаний з кінцевими результатами діяльності підприємства — прибутком і його розподілом відповідно до планів відтворення.

Значення і роль процесу реалізації істотно зростають в умовах становлення ринкових відносин і створення конкурентного середовища.

Виробник мусить глибоко вивчати потреби ринку з метою планування обсягів і асортименту виробництва продукції потрібного ринку.

Обліковими завданнями реалізації готової продукції, робіт і послуг є:

– забезпечення інформації про обсяг і структуру реалізованої підприємством продукції (робіт і послуг);

– облік і контроль виконання договірних зобов'язань щодо поставки товарної продукції;

– облік нарахування та сплати належних до обсягу реалізації податків та зборів;

– визначення ціни реалізації та фінансових результатів як у цілому за підприємством, так і за окремими видами продукції, робіт і послуг.

Визначення отриманого прибутку або збитку здійснюється поетапно.

По-перше, шляхом віднімання від доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) суми податку на додану вартість, визначається чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг).

По-друге, шляхом віднімання від чистого доходу (виручки) собівартості реалізованої продукції, а також витрат на збут — визначаємо оподатковуваний прибуток.

По-третє, визначається розмір податку на прибуток, який підлягає перерахуванню до бюджету. Податок на прибуток дорівнює добутку оподаткованого прибутку на ставку податку на прибуток.

По-четверте, шляхом віднімання від оподаткованого прибутку податку, який підлягає перерахуванню до бюджету, — визначаємо чистий прибуток.

Процес реалізації, пов'язаний, з одного боку, з відвантаженням виробником готової продукції та передачі її покупцеві, а з іншого — з одержанням грошових коштів та їх еквівалентів і їх зарахуванням на рахунки продавця.

Виконуючи облікові завдання, використовують натуральні та грошові показники.

Обсяг реалізованої продукції має дві оцінки: фактична собівартість реалізованої продукції і ціна реалізації (продажна вартість) товару. Їх порівняння дає змогу визначити фінансовий результат реалізації: прибуток чи збиток.

Якщо ціна реалізації (продажна вартість) реалізованої продукції вища фактичної собівартості реалізованої продукції, операція прибуткова, якщо навпаки — збиткова.

Одним із ключових етапів кругообігу капіталу є етап реалізації

продукції, робіт або послуг, тому що він є завершальним і від того наскільки він буде ефективним залежить ефективність функціонування всього підприємства.

У будь-якому підприємстві головна мета господарської діяльності випливає з її місії служінню благу суспільства і визначається максимальним задоволенням потреб, перш за все, місцевого населення та національного споживача у доброякісній та доступній за ціною продукцією.

Як зазначав Аристотель у своєму класичному визначенні: економіка – це мистецтво управління домом ( засобами виробництва, трудовим колективом) задля блага домогосподарств. І попереджав у своєму вченні, що накопичення грошей господарем не є економікою, а є хрематистикою, що є неприпустимо у господарській діяльності.

Без реалізації повторення процесу виробництва неможливе. Вона є основною умовою безперервного виробництва, відтворення і є результатом суспільно-корисної праці.

Розвиток суспільства в наш час не може відбуватись за відсутності зв'язку між споживанням і виробництвом. Товарний характер виробництва обумовлюється законом вартості. Головним змістом відповідного закону є еквівалентність обміну.

Товарні стосунки, обмін продукцією здійснюються через купівлю і продаж. Для цієї мети необхідні чіткий облік потреб і пропозиції, організація ефективної системи збуту.

Головним регулятором обсягу виробництва продукції є споживчий попит, який являє собою задоволення потреб окремих громадян, підприємств різних галузей та держави в цілому.

Створений у виробництві продукт, знаходить остаточне підтвердження своєї суспільної необхідності у момент реалізації. Тільки в процесі споживання можуть бути визначені його споживчі властивості, створені у процесі виробництва. Умовою реалізації є відповідність споживчої вартості вимогам, які висуваються до товару.

Процес реалізації є передачею готової продукції, що створена у процесі виробництва, покупцям (споживачам). Відповідна передача відбувається шляхом купівлі-продажу за укладеними угодами. Як результат, від реалізації підприємство отримує від покупців грошову виручку (дохід від продажу). Проте розмір цієї виручки більший ніж розмір, який було витрачено на виробництво і реалізацію продукції на суму чистого доходу (прибутку), що входять до відпускної (продажної) вартості продукції. Таким чином, прибуток, який створений у процесі виробництва, набуває грошової форми у процесі реалізації. Реалізація забезпечує розширення і відновлення виробництва завершуючи процес виробництва.

Процес реалізації можна розділити на 4 етапи (рис. 1.8).

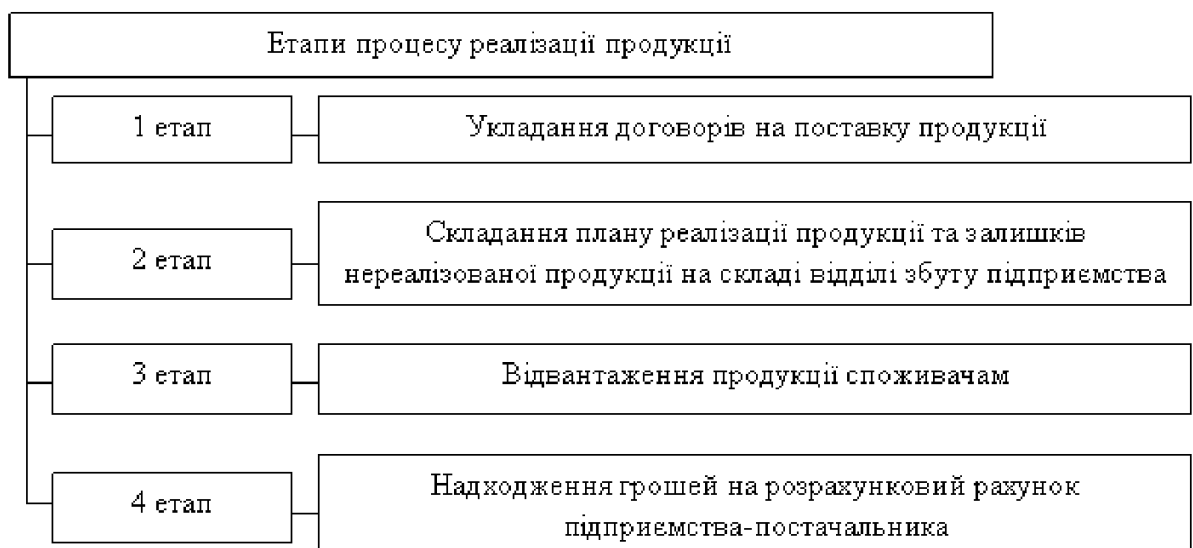


Рис. 1.8 Етапи процесу реалізації готової продукції

Процес реалізації завжди передбачає, з одного боку, передачу відповідної продукції від виробника покупцеві, а з другого – проведення розрахунків згідно з договірною ціною цієї продукції.

Отже, кожен вид продукції, що реалізується, матиме дві оцінки: одну для самого виробника – виробничу собівартість, іншу – для покупця (ціну реалізації). Для більшості продукції (товарів, робіт, послуг) ціни реалізації є

вільними і встановлюються на підставі договорів між підприємствами.

За економічним змістом сутність категорії «реалізація продукції» характеризується кінцевим результатом роботи підприємства, виконання ним обов'язків перед, перш за все, місцевими та національними споживачами у максимальному задоволенні їхніх потреб.

Відповідний процес у бухгалтерському обліку відображається сукупністю операцій, що пов'язані з реалізацією виробленої продукції (робіт, послуг) іншим підприємствам і організаціям.

В сучасних умовах підприємства, зайняті виробництвом продукції, 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.

Для з'ясування причин низької ефективності збуту необхідно виявити сутність та економічний зміст категорії «збут» як об'єкта обліку і контролю, визначити його місце у господарському процесі.

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 [28, 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 [29]. Тобто, збут ними трактується як складова реалізації.

При трактуванні реалізації та збуту більшість дослідників відштовхуються від їх «історичного» значення і розглядають реалізацію як завершальну ланку діяльності підприємств, практичне втілення якої здійснюється через сферу торгівлі.

Як завершальний етап операційного циклу реалізація здійснюється через сферу торгівлі, виникнення якої пов'язано з розвитком товарного господарства. Її розвиток зумовлений наявністю товарного ринку, який формується в результаті функціонування сфери обміну і включає етапи купівлі продажу товарної продукції виробництва та переробних галузей, надання послуг.

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

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 [31, 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) [32].

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).

Враховуючи історичний аспект та особливості розвитку ринку, збут в підприємствах слід розглядати не як окреме явище, а як процес (від лат. *processus* – просування), що складається із сукупності послідовних дій починаючи з просування товарної продукції на ринок (включаючи заходи по стимулюванню) і закінчуючи організацією розрахунків.

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 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.

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 [32, С. 25].

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.

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 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.

## 2 ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ТА ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ

### 2.1 Організаційно-економічна характеристика підприємства

Товариство з обмеженою відповідальністю «ТІСЕС ГРУП» займається імпортозаміщенням, а саме – виготовляє якісні аналоги – елементи ущільнювачів і запасні частини до обладнання харчової, хімічної, фармацевтичної, деревообробної, скляної, машинобудівної промисловості з таких матеріалів, як гума, поліуретан, силікон, поліамід, поліетилен, фторопласт, нержавіюча сталь та інші.

Основним видом діяльності, є виробництво ущільнюючих елементів і систем зі спеціальних полімерних матеріалів, що застосовуються для промислової гідравліки і пневматики. Власна виробнича база включає комплекси для високоточної механічної обробки циліндричних заготовок з еластомерів і пластимерів вироблених в Австрії. Великий вибір матеріалів і можливості для гнучкого переналагодження обладнання дозволяють розробляти, виготовляти і постачати ущільнення для обладнання будь-яких галузей промисловості.

У списку клієнтів Компанії присутні як приватні підприємства, які прагнуть задовольнити потребу своїх клієнтів у високій якості і доступності цін, так і провідні промислові конгломерати, для яких головним критерієм є – бездоганна політика якості, стабільна робота виробництва, безпечна і економічна робота сучасного обладнання.

Товариство з обмеженою відповідальністю «ТІСЕС ГРУП» свою діяльність початок у 2014 році.

Товариство є юридичною особою з моменту його державної реєстрації і має усі передбачені для юридичних осіб чинним законодавством України

права та обов'язки.

За організаційно-правовою формою Товариства є товариством з обмеженою відповідальністю.

Товариство створене з метою отримання прибутку шляхом задоволення потреб підприємства, установ та організацій всіх форм власності і громадян у товарах та послугах, що виробляються у сферах, визначених предметом діяльності Товариства, для реалізації за рахунок отриманого прибутку соціальних та економічних інтересів Учасників.

Предметом діяльності Товариства є будь-яка підприємницька діяльність, яка не суперечить чинному законодавству України.

Основними видами діяльності, яке здійснює Товариство, є:

- виробництво інших гумових виробів;
- оптова торгівля іншими машинами й устаткуванням;
- неспеціалізована оптова торгівля;
- інше.

До основної номенклатури продукції належать:

- ущільнення для гідравліки і пневматики;
- профілі й шнури термостійкі (силіконові, гумові, поліуретанові);
- торцеві ущільнення, графітові ущільнення;
- покриття поліуретаном роликів, коліс, валів;
- деталі механічної обробки (вали, шестерні, зірочки, рейки);
- щланги, рукава, трубки, хомути;
- листові гума (силікон, NBR, ЕПДМ, поліуретан);
- надувні ущільнення з ніпелями, пробки силіконові;
- запчастини до обладнання.

Основними видами діяльності із зазначенням найменування виду діяльності та коду за КВЕД є:

- 46.69 – оптова торгівля іншими машинами й устаткуванням;
- 22.19 – виробництво інших гумових виробів;
- 25.62 – механічне оброблення металевих виробів;



Майно Товариства складають основні фонди та оборотні засоби, а також інші цінності, вартість яких відображається в його самостійному балансі.

Джерелами формування майна Товариства є:

- грошові, майнові та інші внески Учасників;
- доходи, одержані від реалізації продукції, а також інших видів господарської діяльності;
- доходи від цінних паперів;

Для забезпечення діяльності Товариства за рахунок внеску Учасників сформовано Статутний капітал у розмірі 1 000,00 (Одна тисяча) гривень, розподілений на 100 (Сто) часток, де одна частка складає 10,00 (Десять) гривень.

Основні принципи ведення бухгалтерського обліку підприємства викладені в наказі про облікову політику.

Наказ містить дані про ведення бухгалтерського обліку. Перелічу основні пункти наказу:

- Бухгалтерський облік і показники фінансової звітності ТОВ «ТІСІЕС ГРУП» відповідають встановленим нормативам бухгалтерського обліку та Положенням бухгалтерського обліку в Україні та достовірно відображає його фінансовий стан;

- Ведення бухгалтерського обліку відповідає вимогам чинного законодавства;

- оцінка запасів при відпуску у виробництво або іншому вибутті здійснюється за методом ідентифікованої собівартості;

- нарахування амортизації на основні засоби здійснюється прямолінійним методом;

- термін використання нематеріальних активів визначається по кожному об'єкту окремо в момент його зарахування на баланс;

- амортизація нематеріальних активів здійснюється прямолінійним методом;

- аналітичний облік ведеться за допомогою програми 1С;
- способом калькулювання собівартості є метод «директ-костинг»

Бухгалтерія відповідає головним чином за вибір облікової політики й організацію облікової діяльності. Вона також відповідальна за достовірне й своєчасне відбиття в обліку господарських операцій, надання даних обліку внутрішнім і зовнішнім користувачам, правильність ведення податкового обліку.

Основою подання фінансової звітності є чинні міжнародні стандарти фінансової звітності, міжнародні стандарти бухгалтерського обліку. Фінансова звітність складається за формами встановленими Національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку. Фінансовий стан підприємства – це комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, визначається сукупністю виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів. Метою оцінки фінансового стану підприємства є пошук резервів підвищення рентабельності виробництва і зміцнення комерційного розрахунку як основи стабільної роботи підприємства і виконання ним зобов'язань перед бюджетом, банком та іншими установами.

Основними завданнями аналізу фінансового стану є:

- дослідження рентабельності та фінансової стійкості підприємства;
- дослідження ефективності використання майна підприємства, забезпечення підприємства власними оборотними коштами;
- об'єктивна оцінка динаміки та стану ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості підприємства;
- оцінка становища суб'єкта господарювання на фінансовому ринку та кількісна оцінка його конкурентоспроможності;
- аналіз ділової активності підприємства та його становища на ринку цінних паперів;

– визначення ефективності використання фінансових ресурсів. Аналіз фінансового стану підприємства є необхідним етапом для розробки планів і прогнозів фінансового оздоровлення підприємств.

Інформаційною базою для оцінювання фінансового стану підприємства є дані:

- Балансу;
- Звіту про фінансові результати;
- Звіт про рух грошових коштів;
- Звіт про власний капітал;
- Дані статистичної звітності;

Основним змістом внутрішнього аналізу фінансового стану підприємства є:

- аналіз фінансової стійкості та стабільності підприємства;
- оцінка ділової активності підприємства;
- аналіз динаміки прибутку та рентабельності підприємства і факторів, що на них впливають;
- аналіз власних фінансових ресурсів;
- аналіз ліквідності та платоспроможності [33, С. 228].

По-перше, необхідно проаналізувати характер зміни окремих статей балансу, тобто провести горизонтальний та вертикальний аналіз балансу. Горизонтальний аналіз балансу полягає в порівнянні кожної статті балансу і розрахунку змін абсолютних і відносних величин. Вертикальний аналіз передбачає розрахунок відносних показників. Завдання вертикального аналізу – розрахунок питомої ваги окремих статей до загальної суми валюти балансу і оцінка змін питомої ваги.

Аналізуючи результати аналізу можна сказати, що у порівнянні з минулим роком на підприємстві збільшилась сумарна кількість активів.

Це відбулося за рахунок збільшення необоротних активів на 100 тис. грн., за рахунок збільшення запасів на 197 тис. грн., дебіторської заборгованості за товари та послуги на 36 тис. грн. та іншої поточної

дебіторської заборгованості на 105 тис. грн.

Таблиця 2.1

## Аналіз балансу

Стаття балансу	Горизонтальний аналіз				Вертикальний аналіз		
	На поч. 2018 р.	На кін. 2018 р.	Відхилення		На поч. 2018 р.	На кін. 2018 р.	Відхил
			Абсолютне	Відносне			
1	2	3	4	5	6	7	8
<b>АКТИВ</b>							
1.Необоротні активи							
Основні засоби	47	147	+100	312,8	8,2	14,7	+6,5
Первісна вартість	54	199	+145	368,5	9,4	20,0	+10,6
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>
Знос	7	53	+46	757,1	1,2	5,3	+4,1
Усього за розділом 1	47	147	+100	312,8	8,2	14,7	+6,5
2.Оборотні активи							
Запаси	187	384	+197	205,3	32,6	38,4	+5,8
Виробничі запаси	10	14	+4	140,0	1,7	1,4	-0,3
Незавершене виробництво	-	1			-		
Товари	177	370	+193	209,0	30,8	37	+6,2
Деб. заборг. за продукцію, товари	182	218	+36	119,8	31,7	21,8	-9,9
Деб. заборг. за виданими аванс.	23	1	-22	4,5	4,0	0,1	-3,9
Інша поточна деб. заборг.	76	181	+105	238,1	13,2	18,1	+4,9
Гроші та їх еквіваленти	3	29	+26	966,7	0,5	2,9	+2,4
Рахунки в банках	3	29	+26	966,7	0,5	2,9	+2,4
Інші оборотні активи	56	40	-16	71,4	9,7	4,0	-5,7
Усього за розділом 2	525	853	+328	162,5	91,8	85,3	-6,5
Баланс	574	1000	+426	174,2	100	100	-
<b>ПАСИВ</b>							
1.Власий капітал							
Зареєстрований капітал	1	1	-	100	0,2	0,1	-0,1
Нерозподілений прибуток	37	271	+234	732,4	6,4	27,1	+20,7
Усього за розділом 1	38	272	+234	715,8	6,6	27,2	+20,6
3.Поточні зобов'язання							
Поточна кред заборг. за:							

## Продовження таблиці 2.1

1	2	3	4	5	6	7	8
товари, роботи, послуги	210	292	+82	139	36,6	29,2	-7,4
розрахунки з бюджетом	20	11	-9	55	3,5	1,1	-2,4
у т. ч. з податку на прибуток	19	-	-19	-	3,3	-	-
розрахунки зі страхування	2	2	-	100	0,3	0,2	-0,1
розрахунки з оплати праці	5	5	-	100	0,9	0,5	-0,4
Інші поточні зобов'язання	298	419	+121	140,6	51,9	41,9	-10,0
Усього за розділом 3	536	728	+192	135,8	93,4	72,8	-20,6
Баланс	574	1000	+426	174,2	100	100	-

На кінець 2018 року можна спостерігати збільшення валюти балансу на 426 тис. грн..

Щодо пасиву балансу можна сказати, що статутний капітал не змінився, але відбулося збільшення нерозподіленого прибутку на 234 тис грн., що є позитивною тенденцією. Позитивним є також зменшення кредиторської заборгованості перед бюджетом на 9 тис. грн. В цілому по підприємству фінансовий стан можна розцінювати як достатній.

Наступним етапом є оцінка фінансової стійкості підприємства.

Фінансова стійкість підприємства тісно пов'язана із перспективою його платоспроможності, її аналіз дає змогу визначити фінансові можливості підприємства на відповідну перспективу.

Оцінка фінансової стійкості підприємства має на меті об'єктивний аналіз величини та структури активів і пасивів підприємства і визначення на цій основі міри його фінансової стабільності й незалежності, а також відповідності фінансово-господарської діяльності підприємства цілям його статутної діяльності. Показники оцінки фінансової стійкості:

1. Коефіцієнт автономії – співвідношення суми власного капіталу до суми активів. Показує, яку частину у загальних вкладеннях у підприємство складає власний капітал. Він характеризує фінансову незалежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування його діяльності. Коли його значення наближається до 1, це означає, що власники повністю фінансують своє підприємство.

2. Коефіцієнт фінансової залежності обернений до коефіцієнту автономії. Зростання цього показника обумовлює збільшення частки позичених коштів у фінансуванні підприємства.

3. Коефіцієнт маневреності власного капіталу показує, яка частина власного капіталу використовується для фінансування поточної діяльності. Визначається як співвідношення власного капіталу до оборотних активів: (власний капітал-необоротні активи)/власний капітал.

4. Коефіцієнт співвідношення власного і залученого капіталу(фінансової стійкості). Зростання цього показника в динаміці також свідчить про посилення залежності підприємства від кредиторів, тобто про зниження його фінансової стійкості. Показує скільки гривень власного капіталу припадає на 1 грн. залученого капіталу: власний капітал/(валюта балансу-власний капітал).

5. Коефіцієнт співвідношення залученого та власного капіталу (фінансування). Показник зворотний до попереднього. Показує скільки гривень залученого капіталу припадає на 1 грн. власного капіталу.

6. Коефіцієнт забезпечення власними оборотними коштами характеризує наявність оборотних коштів необхідних для забезпечення фінансової стабільності підприємства та незалежності від позикових коштів: (власний капітал – необоротні активи)/оборотні активи [33, С. 337-340]

Таблиця 2.2

## Звіт про власний капітал за 2018 рік

Стаття	Зареєстрований капітал	Нерозподілений прибуток (непокріті збитки)	Всього
Залишок на початок року	1	37	38
Коригування	-	-	-
Скоригований залишок на поч. року	1	37	38
Чистий прибуток		225	225
Інші зміни в капіталі		-	-
Разом зміни в капіталі		225	225
Залишок на кінець року	1	262	26

На основі таблиць 2.1 та 2.2 проаналізуємо фінансову стійкість підприємства ТОВ «ТІСЕС ГРУП»

Таблиця 2.3

## Звіт про власний капітал за 2018 рік

Показники	Норматив. значення	На поч. 2018 р	На кін. 2018 р	Відхилення	
				Абсолютне	Відносне
1	2	3	4	5	6
Коефіцієнт автономії	$\geq 0,5$			+0,2	
Коефіцієнт фінансової залежності	$\leq 2,0$ $\geq 0,5$				
Коефіцієнт маневреності	$\geq 0,4$			+0,3	
Коефіцієнт фінансової стійкості	$\geq 1,0$			+0,3	
Коефіцієнт фінансування	$\leq 1,0$				
Коефіцієнт забезпечення власними оборотними коштами	$\geq 0,1$				

Аналіз коефіцієнтів фінансової стійкості свідчать, що майже всі вони відповідають встановленим нормам.

Коефіцієнт фінансової стійкості, зростання якого позитивно впливає на фінансовий стан підприємства, в кінці 2018 року збільшився на 0,3 (300%) переважно з початком періоду.

Позитивним є збільшення коефіцієнту маневреності на 150% та зменшення коефіцієнту фінансування на 80%, що позитивно впливає на діяльність підприємства.

В цілому, розрахунок коефіцієнтів фінансової стійкості підприємства показав, що ТОВ «ТІСЕС ГРУП» можна назвати відносно стійким підприємством.

Наступним етапом аналізу фінансового стану підприємства є аналіз ліквідності.

У загальному розумінні ліквідність - це здатність цінностей легко перетворюватись на гроші, тобто абсолютно ліквідні засоби. Ліквідність можна розглядати у двох аспектах:

- який час, необхідний для продажу активу;

– яку суму, одержану від продажу активу.

Ліквідність підприємства – це його здатність швидко продати активи й одержати гроші для оплати своїх зобов'язань.

Ліквідність підприємства характеризується співвідношенням величини його високоліквідних активів ( грошові кошти та їх еквіваленти, ринкові цінні папери, дебіторська заборгованість) і короткострокової заборгованості.

Про незадовільний стан ліквідності підприємства свідчатиме той факт, що потреба підприємства в коштах перевищує їх реальні надходження.

Щоб визначити, чи достатньо в підприємства грошей для погашення його зобов'язань, необхідно передовсім проаналізувати процес надходження коштів від господарської діяльності і формування залишку коштів після погашення зобов'язань перед бюджетом та позабюджетними фондами, а також виплати дивідендів.

Аналіз ліквідності здійснюється на підставі порівняння обсягу поточних зобов'язань із наявністю ліквідних коштів.

Результати розраховуються як коефіцієнти ліквідності за інформацією з відповідної фінансової звітності.

Аналіз ліквідності доповнюється аналізом платоспроможності, яка характеризує спроможність підприємства своєчасно й повністю виконати свої платіжні зобов'язання, які випливають із кредитних та інших операцій грошового характеру, що мають певні терміни сплати.

Головна задача оцінки ліквідності балансу – визначити величину покриття зобов'язань підприємства його активами, термін перетворення яких у грошову форму (ліквідність) відповідає терміну погашення зобов'язань (терміновості повернення).

Для проведення аналізу актив і пасив балансу групуються за такими ознаками:

- за ступенем зменшення ліквідності (актив);
- ступені терміновості оплати (пасив) [34, С. 115-118].

Активи залежно від швидкості перетворення в грошові кошти



(ліквідності) поділяють на такі групи.

Перша група (A1) – це абсолютно ліквідні активи, такі як грошові кошти та їх еквіваленти, а також короткострокові фінансові вкладення.

Друга група (A2) – активи, що швидко реалізуються. Це готова продукція, відвантажені товари і дебіторська заборгованість.

Третя група (A3) – це активи, що повільно реалізуються. До них належать виробничі запаси, незавершене виробництво та необоротні активи та групи вибуття.

Четверта група (A4) – це активи, що важко реалізуються. До них відносять основні засоби, нематеріальні активи, довгострокові вкладення, незавершене будівництво, тобто необоротні активи.

Усі зобов'язання підприємства залежно від строковості їх погашення поділяють на чотири групи:

Перша група (П1) – найбільш строкові зобов'язання (кредиторська заборгованість та кредити банку, строк повернення яких настав).

Друга група (П2) – середньострокові зобов'язання (короткострокові кредити банку).

Третя група (П3) – довгострокові зобов'язання (довгострокові кредити банку та позики),

Четверта група (П4) – постійні пасиви, тобто власний (акціонерний) капітал, що постійно є в розпорядженні підприємства. [34, С. 140-142]

На підставі таблиці 2.1 проведемо аналіз ліквідності балансу.

При визначенні ліквідності балансу групи активу та пасиву зіставляються між собою. Умови абсолютної ліквідності балансу:

- $A1 \geq P1$
- $A2 \geq P2$
- $A3 \geq P3$
- $A4 \leq P4$

## Аналіз ліквідності балансу

Показники	На початок 2018 р.	На кінець 2018 року	Відхилення	
			Абсолютне	Відносне
<b>АКТИВИ</b>				
Найбільш ліквідні активи (A1)	3,0	28,0	+26,0	933,3
Активи, що швидко реалізуються (A2)	337,0	441,0	+104,0	130,9
Активи, що реалізуються повільно (A3)	187,0	384,0	+197,0	205,3
Складно реалізовані активи (A4)	47,0	147,0	+100,0	312,8
Баланс	574,0	1000,0	+426,0	174,2
<b>ПАСИВИ</b>				
Негайні пасиви (П1)	536,0	728,0	+192,0	135,8
Короткострокові пасиви (П2)	-	-	-	-
Довгострокові пасиви (П3)	-	-	-	-
Постійні пасиви (П4)	38,0	272,0	+234,0	715,8
Баланс	574,0	1000,0	+426,0	174,2

Як видно з таблиці 2.4 A1 менше ніж П1, та A4 більше ніж П4, що говорить про ліквідність балансу як недостатню. Це свідчить про те, що в найближчий проміжок часу підприємству не вдасться розрахуватися по термінових зобов'язаннях. Всі інші умови зберігаються.

Продовжує аналіз ліквідності та платоспроможності – дослідження відповідних фінансових коефіцієнтів, яке здійснюється поетапним зіставленням окремих груп активів з короткостроковими пасивами на основі даних балансу.

1. Узагальнюючим показником ліквідності є коефіцієнт поточної ліквідності ( $K_{пл.л.}$ ), який визначається співвідношенням усіх поточних активів до поточних зобов'язань і дозволяє виявити в якій мірі поточні активи покривають поточні зобов'язання підприємства. Загальний коефіцієнт покриття показує, скільки грошових одиниць оборотних активів припадає на кожен грошову одиницю поточних зобов'язань і розраховується за формулою 2.1:

$$K_{пл.л.} = \frac{A1+A2+A3}{П1+П2} \quad (2.1)$$

де, А1 – найбільш ліквідні активи;

А2 – активи, що швидко реалізуються;

А3 – активи, що реалізуються повільно;

П1 – негайні пасиви;

П2 – короткострокові пасиви.

2. Коефіцієнт швидкої ліквідності ( $K_{\text{шв.л.}}$ ) або коефіцієнт «критичної оцінки» показує, наскільки ліквідні кошти підприємства покривають його короткострокову заборгованість. Коефіцієнт швидкої ліквідності визначається за формулою 2.2:

$$K_{\text{шв.л.}} = \frac{A1 + A2}{P1 + P2} \quad (2.2)$$

де, А1 – найбільш ліквідні активи;

А2 – активи, що швидко реалізуються;

П1 – негайні пасиви;

П2 – короткострокові пасиви.

3. Коефіцієнт абсолютної ліквідності ( $K_{\text{абс.л.}}$ ) показує, на яку частину кредиторської заборгованості організація може погасити негайно. Коефіцієнт абсолютної ліквідності розраховується за формулою 2.3:

$$K_{\text{абс.л.}} = \frac{A1}{P1 + P2} \quad (2.3)$$

де, А1 – найбільш ліквідні активи;

П1 – негайні пасиви;

П2 – короткострокові пасиви.

Цей коефіцієнт показує, яка частка короткострокової заборгованості в разі потреби може бути погашена негайно за рахунок наявних грошових коштів.

4. Для комплексної оцінки ліквідності балансу в цілому рекомендується використовувати загальний показник ліквідності балансу

установи ( $K_{\text{заг}}$ ), який показує відношення суми всіх ліквідних коштів підприємства до суми всіх платіжних зобов'язань за умови, що різні групи ліквідних засобів і платіжних зобов'язань входять у вказані суми з певними ваговими коефіцієнтами, що враховують їх значимість з точки зору термінів надходження коштів та погашення зобов'язань. Загальний показник ліквідності балансу визначається за формулою 2.4:

$$K_{\text{заг.}} = \frac{A1 + 0,5 \cdot A2 + 0,3 \cdot A3}{П1 + 0,5 \cdot П2 + 0,3 \cdot П3} \quad (2.4)$$

де,  $A1$  – найбільш ліквідні активи;

$A2$  – активи, що швидко реалізуються;

$A3$  – активи, що реалізуються повільно;

$П1$  – негайні пасиви;

$П2$  – короткострокові пасиви;

$П3$  – довгострокові пасиви.

5. Коефіцієнт забезпеченості власними засобами ( $K_{\text{забезп. власн. засоб}}$ ) показує, чи достатньо власних оборотних коштів в установи для його фінансової стійкості. Він визначається за формулою 2.5:

$$K_{\text{забезп. власн. засоб.}} = \frac{П4 - A4}{A1 + A2 + A3} \quad (2.5)$$

де,  $A1$  – найбільш ліквідні активи;

$A2$  – активи, що швидко реалізуються;

$A3$  – активи, що реалізуються повільно;

$A4$  – складно реалізовані активи;

$П4$  – довгострокові пасиви.

6. Коефіцієнт маневреності функціонального капіталу ( $K_{\text{маневр. функт. капіталу}}$ ) показує, яка частина функціонуючого капіталу укладена в запаси. Якщо цей показник зменшується, то це є позитивним фактом. Він

визначається за формулою 2.6:

$$K_{\text{маневр. функт. капіталу}} = \frac{A3}{(A1 + A2 + A3) - (П1 - П2)} \quad (2.6)$$

де, А1 – найбільш ліквідні активи;

А2 – активи, що швидко реалізуються;

А3 – активи, що реалізуються повільно;

П1 – негайні пасиви;

П2 – короткострокові пасиви [34, С. 250-255].

Таблиця 2.5

Аналіз відносних показників ліквідності

Показники	Нормативне значення	На поч. 2018 р	На кін. 2018 р	Відхилення	
				Абсолютне	Відносне
Коефіцієнт покриття	1-2	1,0	1,2	+0,2	120
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,7-1,5	0,6	0,6	-	100
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	$\geq 0,2$	0,006	0,04	+0,034	666,67
Загальний показник ліквідності балансу	$\geq 1$	0,4	0,5	+0,1	125
Коефіцієнт забезпечення власними засобами	$\geq 0,1$	0,02	0,1	+0,08	500
Коефіцієнт маневреності функціонального капіталу	$\leq 1$	20,8	3,0	-17,8	14,4

З таблиці видно, що коефіцієнт поточної ліквідності впродовж двох років відповідав нормі, і на кінець 2018 року збільшився на 20%, що свідчить про достатній рівень платоспроможності. Коефіцієнт абсолютної ліквідності протягом двох років не відповідав нормі, що свідчить про незначну втрату підприємством грошової платоспроможності. Загальний показник ліквідності балансу не відповідав нормі, однак збільшився на 25%. Зменшення коефіцієнта маневреності функціонального капіталу майже на 86% є позитивним фактором.

Аналіз руху грошових коштів починається з вивчення динаміки

надходжень, видатків і формування чистого грошового потоку. Це дає змогу розкрити і охарактеризувати тенденції розвитку обсягів господарської діяльності в цілому і за окремими об'єктами щодо доходів, витрат та фінансових результатів, а також їх збалансованості в часі. Аналіз грошових потоків пов'язаний із з'ясуванням причин, які вплинули на збільшення (зменшення) надходження грошових коштів та збільшення (зменшення) їх витрачання. Це можна зробити як за довгостроковий період (декілька років), так і за короткостроковий період (квартал, рік). Такий аналіз має безперечний інтерес, якщо він буде здійснений за період, що відображає певний етап в діяльності підприємства.

Метою аналізу грошових потоків підприємства є прискорення руху грошових коштів і підвищення на цій основі оборотності активів і капіталу, а також забезпечення фінансової стійкості та платоспроможності підприємства.

Основними завданнями аналізу грошових коштів є:

- оперативний, повсякденний контроль за збереженням готівкових грошових коштів і цінних паперів в касі підприємства;
- контроль за використанням грошових коштів суворо за цільовим призначенням;
- контроль за правильним і своєчасними розрахунками з бюджетом, банками, персоналом;
- контроль за дотриманням форм розрахунків, встановлених в договорах з покупцями і постачальниками;
- своєчасна вивірка розрахунків з дебіторами і кредиторами для виключення простроченої дебіторської заборгованості;
- діагностика стану абсолютної ліквідності;

За результатами аналізу можна зробити висновок, що у підприємства поліпшилась платоспроможність в порівнянні з попереднім роком. У 2018 році отримано грошових коштів 3415 тис. грн., що більше попереднього року на 3387 тис. грн..

Таблиця 2.6

## Аналіз руху та динаміки грошових коштів, тис. грн..

Стаття	рік	рік	Динаміка	
			ютне	сне
1	2	3	4	5
1.Рух коштів у результаті операційної діяльності				
Надходження від: Реалізації продукції	1512,0	1820,0	+308,0	120,4
Надходження від повернення запасів	11,0	31,0	+20,0	281,8
Інші надходження	3,0	34,0	+31,0	1113,4
Витрачання на оплату: Товарів (робіт, послуг)	(1277,0)	(1436,0)	+159,0	112,5
Праці	(19)	(56)	+37	294,7
Відрахування на соціальні заходи	(11)	(19)	+8	172,7
Зобов'язання з податків і зборів	(31)	(51)	+20,0	164,5
Витрачання на оплату авансів	(136)	(18)	-118,0	13,3
Витрачання на оплату повернення авансів	(7)	(149)	+142,0	2128,6
Інші витрачання	(48)	(134)	+86,0	279,2
Чистий рух коштів від операційної діяльності	(3)	(25)	+22,0	833,4
2.Рух коштів у результаті інвестиційної діяльності	-	-	-	-
Рух коштів у результаті фінансової діяльності	-	-	-	-
Чистий рух коштів за звітний період	(3)	25	+22,0	833,4
Залишок коштів на початок року	5	3	-2	60,0
Залишок коштів на кінець року	28	3415	+3387,0	12196,4

Аналіз руху грошових коштів показав, що у 2018 році підприємство отримало приплив коштів від операційної діяльності в розмірі 25 тис. грн., що на 22 тис. грн. більше, ніж за попередній період. Основними напрямками використання грошових коштів стали: розрахунки за товари, роботи, послуги – збільшено на 159 тис. грн., витрати на оплату праці – збільшено на 37 тис. грн., витрачання на оплату повернених авансів – збільшено на 142 тис. грн..

Отже, результати аналізу дозволяють зробити висновок про достатню платоспроможність за переважною більшістю показників, але щодо забезпеченості грошовими коштами як високоліквідними активами підприємство має низький рівень платіжних можливостей.

Фінансова інформація про рух грошових коштів може бути

використана для розрахунку аналітичних показників. В практиці фінансового аналізу використовується група показників платоспроможності, які розраховуються як відношення надходжень і платежів. Такі показники можуть застосовуватися як до грошових потоків від певних видів діяльності, так і до грошових потоків підприємства в цілому [35, С. 650-651].

Базова формула для розрахунку даного показника має вигляд:

$$K_{\text{пл.}} = \frac{\Gamma_{\text{н}}}{\Gamma_{\text{в}}} \quad (2.7)$$

де,  $K_{\text{пл}}$  – коефіцієнт платоспроможності;

$\Gamma_{\text{н}}$  – грошові надходження за період;

$\Gamma_{\text{в}}$  – грошові витрачання.

Визначення даного коефіцієнта потрібне для того, щоб показати, наскільки в разі несприятливих умов можуть бути скорочені надходження грошових коштів без загрози необхідними розрахунками.

Значення даного показника не повинно бути менше одиниці. В протилежному випадку можна говорити про те, що поточних надходжень недостатньо для здійснення поточних платежів і підприємство здійснює їх за рахунок залишку грошових коштів на початок періоду.

$$K_{\text{пл}}(2017) = 1526/1529 = 1,0$$

$$K_{\text{пл}}(2018) = 1885/1863 = 1,01$$

Позитивним є незначне збільшення коефіцієнта платоспроможності в 2018 році, що говорить про достатність грошових коштів для здійснення поточних платежів.

Ділова активність – це комплексна характеристика, яка втілює різні аспекти діяльності підприємства, а тому визначається системою таких критеріїв, як місце підприємства на ринку конкретних товарів, географія ділових відносин, репутація підприємства як партнера, активність інноваційно-інвестиційної діяльності, конкурентоспроможність. Таким чином, ділова активність може характеризуватись динамікою показників



ефективності виробничо-господарської діяльності в цілому. Позитивна динаміка цих показників сприятиме зміцненню фінансового стану підприємства.

Основними завданнями аналізу ділової активності є:

- дослідження рентабельності та фінансової стійкості підприємства;
- дослідження ефективності використання майна підприємства, забезпечення підприємства власними оборотними коштами;
- об'єктивна оцінка динаміки та стану ліквідності, платоспроможності та фінансової стабільності підприємства;
- оцінка становища суб'єкта господарювання на фінансовому ринку та кількісна оцінка його конкурентоспроможності; [35, с.337-340]
- визначення ефективності використання фінансових ресурсів;

Аналіз ділової активності підприємства є необхідним етапом для розробки планів і прогнозів фінансового оздоровлення підприємства.

Основними показниками оцінки ділової активності підприємства є:

1. Коефіцієнт загальної оборотності активів ( $K_{\text{заг.обор.акт.}}$ ) – відображає швидкість обороту (у кількості оборотів за період) сукупного капіталу підприємства, тобто показує, скільки разів за аналізований період відбувається повний цикл виробництва й обігу, що приносить відповідний ефект у вигляді прибутку, або скільки грошових одиниць реалізованої продукції принесла кожна одиниця активів:

$$K_{\text{заг.обор.акт.}} = \frac{\text{Чиста виручка від реалізованої продукції}}{\text{Середня вартість активів}} \quad (2.8)$$

2. Коефіцієнт оборотності оборотних активів ( $K_{\text{обор.обор.акт.}}$ ) показує скільки грошових одиниць продукції приносить кожна одиниця оборотних активів:

$$K_{\text{обор.обор.акт.}} = \frac{\text{Чиста виручка від реалізованої продукції}}{\text{Середня вартість оборотних активів}} \quad (2.9)$$

3. Коефіцієнт оборотності запасів ( $K_{\text{обор.запас}}$ ) відображає число оборотів запасів підприємства за аналізований період. Зниження цього показника свідчить про відносне збільшення виробничих запасів і незавершеного виробництва або про зниження попиту на готову продукцію. Коефіцієнт оборотності запасів визначається за формулою:

$$K_{\text{обор.обор.запас}} = \frac{\text{Чиста виручка від реалізованої продукції}}{\text{Середньорічна вартість запасів}} \quad (2.10)$$

4. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості ( $K_{\text{обор.деб.заборг.}}$ ) показує, скільки разів на рік обернулися кошти, вкладені в розрахунки.

$$K_{\text{обор.деб.заборг.}} = \frac{\text{Чиста виручка від реалізованої продукції}}{\text{Середньорічна величина дебітор.заборг.}} \quad (2.11)$$

5. Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості ( $K_{\text{обор.кред.заборг.}}$ ) – показує розширення або зниження комерційного кредиту, надаваного підприємству. Зростання коефіцієнта означає збільшення швидкості оплати заборгованості підприємства, зниження – ріст покупок у кредит.

$$K_{\text{обор.кред.заборг.}} = \frac{\text{Чиста виручка від реалізованої продукції}}{\text{Середньорічна величина кредит.заборг.}} \quad (2.12)$$

6. Коефіцієнт оборотності власного капіталу ( $K_{\text{обор.власн.капіт}}$ ) відображає швидкість обороту вкладеного власного капіталу.

$$K_{\text{обор.власн.капіт.}} = \frac{\text{Чиста виручка від реалізованої продукції}}{\text{Середня величина власного капіталу}} \quad (2.13)$$

## Аналіз ділової активності підприємства

Показники	2017 рік	2018 рік	Динаміка	
			Абсолютне	Відносне
1	2	3	4	5
Чистий дохід від реалізації продукції	1293,0	1388,0	+95,0	107,3
Середня вартість активів	47,0	147,0	+100,0	
Середня вартість оборотних активів	525,0	853,0	+328,0	162,5
Середня вартість запасів	187,0	384,0	+197,0	205,3
Середня величина дебіторської заборгованості	279,0	400,0	+121,0	146,5
Середньорічна сума кредиторської заборгованості	238,0	309,0	71,0	129,8
Середня величина власного капіталу	1,0	1,0	-	100,0
Розрахункові показники				
Коефіцієнт загальної оборотності активів	27,5	9,4	-18,1	34,2
Коефіцієнт оборотності оборотних активів	2,5	1,6	-0,9	64,0
Коефіцієнт оборотності запасів	6,9	3,6	-3,0	54,5
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	4,6	3,5	-1,1	76,0
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	5,4	4,5	-0,9	8,3
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	1293,0	1388,0	+95,0	107,3

За результатами аналізу видно, що всі коефіцієнти мають тенденцію до зменшення, крім коефіцієнта оборотності власного капіталу. Спостерігається збільшення на 95 тис. грн., що становить 7,3%. Таким чином, можна зробити висновок про відносне зменшення ділової активності підприємства.

Рентабельність – це відносний показник прибутковості, що характеризує ефективність господарської та фінансової діяльності підприємства [36, С. 228].

Показники рентабельності розраховуються як відношення різноманітних показників прибутку до вкладеного капіталу, обсягу продажу, використаних ресурсів, здійснених витрат, тощо. Підприємство вважають рентабельним, якщо доходи від реалізації продукції покривають витрати виробництва і крім того, забезпечує суму прибутку, достатню для нормального функціонування підприємства.

Основні завдання аналізу рентабельності: оцінити ефективність

діяльності підприємства на поточний момент; виявити зміни рентабельності протягом певного періоду; визначити чинники, які вплинули на зміну рентабельності; визначити резерви зростання рентабельності.

Розраховується рівень рентабельності діяльності підприємства як відношення одержаного ним прибутку до деякого базового показника, що характеризує дохід від реалізації продукції, витрати на її виробництво та реалізацію [36, С. 258].

Існує велика кількість показників рентабельності в залежності від того, що є базовим показником для розрахунку, який від фінансового результату з ним зіставляються.

Усі показники рентабельності можна поділити на 4 основні групи: рентабельність продукції; рентабельність капіталу, рентабельність активів, рентабельність витрат.

Показник рентабельності активів показує, скільки чистого прибутку у звітному році отримано з однієї гривні, вкладеного в активи підприємства:

$$\text{Рентабельність активів} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Середня вартість активів}} * 100\% \quad (2.14)$$

В цій групі також визначають рентабельність необоротних активів та оборотних активів:

$$\text{Рентабельність НА} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Середня вартість необоротних активів}} * 100\% \quad (2.15)$$

Характеризує величину чистого прибутку, що припадає на кожну гривню необоротних активів. Зростання є позитивним результатом.

$$\text{Рент оборотних активів} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Середня вартість оборотних активів}} * 100\% \quad (2.16)$$

Рентабельність власного капіталу характеризує здатність вкладених

власниками підприємства коштів генерувати прибуток і показує величину прибутку, що припадає на одну гривню вкладених у підприємство власниками засобів.

$$\text{Рент власного капіталу} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Власний капітал}} * 100\% \quad (2.17)$$

Зіставлення показників рентабельності активів і рентабельності власного капіталу дозволяє визначити ступінь використання підприємством фінансових важелів з метою підвищення рівня прибутковості [36, с. 328].

Віддача власного капіталу підвищується, якщо питома вага позикових джерел у загальній сумі джерел формування активів зростає.

Рентабельність продажу відображає величину прибутку, що припадає на 1 гривню вартості реалізованої продукції за відпускними цінами, і розраховується за формулою:

$$\text{Рент. продаж.} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Чистий дохід}} * 100\% \quad (2.18)$$

Рентабельність операційних витрат показує, скільки прибутку припадає на 1 грн. понесених операційних витрат та визначається за формулою:

$$\text{Рент. опер. витрат} = \frac{\text{Прибуток від операційної діяльності}}{\text{Операційні витрати}} * 100\% \quad (2.19)$$

Рентабельність продукції за валовим прибутком показує, скільки прибутку припадає на 1 грн. собівартості реалізованої продукції і визначається за формулою:

$$\text{Рент. валов. прибутку} = \frac{\text{Валовий прибуток}}{\text{Собівартість реалізованої продукції}} * 100\% \quad (2.20)$$

## Оцінка рівня та динаміки рентабельності

Показник	2017 рік	2018 рік	Динаміка	
			Абсолютне	Відносне
1	2	3	4	5
Чистий дохід від реалізації продукції	1293,0	1388,0	+95,0	107,3
Собівартість реалізованої продукції	952,0	835,0	-117,0	87,7
Валовий прибуток	341,0	553,0	+212,0	162,2
Операційні витрати	25	27	+2,0	108,0
Інші операційні витрати	6,0	-	-	-
Прибуток від операційної діяльності:	117	273	+156,0	233,3
Чистий прибуток	98	222	+124,0	226,5
Середня вартість активів	574,0	1000,0	+426,0	174,2
Середня вартість необоротних активів	47,0	147,0	+100,0	312,8
Середня вартість оборотних активів	525,0	853,0	+328,0	162,5
Розрахункові показники				
Рентабельність активів	17,1	22,2	+5,1	129,8
Рентабельність необоротних активів	208,5	151,0	-57,5	72,4
Рентабельність оборотних активів	18,6	26,0	+7,4	139,8
Рентабельність продажу	7,8	16,0	+8,2	205,1
Рентабельність операційних витрат	468,0	1011,1	+543,1	216,0
Рентабельність продукції за валовим прибутком	35,8	66,2	+30,4	184,9

За результатами проведеного аналізу можна зробити висновок, що в 2018 році майже всі показники мають тенденцію до зростання, що позитивно вплинуло на показники рентабельності. Як видно з таблиці розмір доходу від реалізації зріс на 7,3% порівняно з 2017 роком, що призвело до збільшення чистого прибутку на 120 %. Тому це вплинуло на зростання рентабельності реалізації на 8.2 тис. грн.. Для більш детального аналізу впливу факторів на зміну рентабельності продажів та рентабельність активів необхідно провести факторний аналіз:

$$\text{Рентабельність продаж} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Чистий дохід}} \quad (2.21)$$

Методом ланцюгових підстановок визначимо вплив цих факторів.

$$\Delta \text{Рент.прод.}_1 = 222/1293 = 0,0959$$

$$\Delta \text{Рент.прод.}_2 = 222/1388 = -0,0116$$

Таким чином при зміні чистого прибутку на 9 тис. грн. рентабельність продажів збільшиться на 8.4 тис. грн.. При зменшенні чистого доходу на 1 тис грн., рентабельність продажу все одно матиме тенденцію до зростання.

## 2.2 Організація первинного обліку та особливості відображення інформації обліку надходження та реалізації готової продукції.

Готова продукція — промислова продукція, яка закінчена виробництвом, укомплектована, відповідає вимогам стандартів і технічних умов, має документ, що засвідчує її якість, та призначена для збуту за межі підприємства.

Готова продукція – це матеріальний результат виробничої діяльності підприємства. Крім випуску речовинної продукції, підприємство може виконувати певні роботи для інших підприємств або надавати їм послуги.

Наприклад, ремонтні роботи, перевезення вантажів своїм автотранспортом для інших підприємств та ін.

На відміну від речовинної продукції, під якою розуміється вираз «Готова продукція», цей вид продукції називають «виконані роботи та послуги». Таким чином, продукція підприємства може складатися з готової продукції та виконаних робіт та послуг.

Слід зазначити, що завданнями бухгалтерського обліку процесу реалізації є забезпечення контролю за збереженням готової продукції на складах, відпуском продукції покупцям, її оплатою, за правильністю визначення результатів від реалізації.

Процес формування інформації про готову продукцію в бухгалтерському обліку починається зі складання первинних документів (рис. 2.1).

Відпуск продукції з виробництва та передача її на склад готової продукції оформляється накладними або вимогами, в яких вказується:

- найменування продукції;
- номенклатурний номер;
- одиниці виміру, кількість; ціна за одиницю [37, С. 205].



Рис. 2.1 Документальне оформлення руху готової продукції на підприємстві

Вони виписуються у двох примірниках, один з яких призначений для здавальника, а інший залишається на складі. Кількість продукції, що оприбутковується на склад, її вага та обсяг вимірюються, підраховуються і за необхідності зважуються.

Готова продукція, що виробляється на підприємстві має сертифікат якості, що засвідчують такі документи: свідоцтво про якість та сертифікат відповідності державній системі сертифікації. Сертифікат якості – один із найбільш поширених супровідних документів, які засвідчують якість продукції, містить показники якості та технічні характеристики.



На складі готова продукція обліковується в кількісному виразі за її видами у картках складського обліку. У картках складського обліку здійснюються записи про надходження і відпуск готової продукції та щоденно виводяться її залишки. У них зазначають такі реквізити: назву підприємства; номер складу, стелажу, комірки; номер запису; одиницю виміру; марку, сорт матеріалу; облікову ціну, номенклатурний номер; найменування матеріалу; дата запису; номер документа; порядковий номер запису згідно складської картотеки; від кого отримано або кому відпущено; прибуток, видаток та остача готової продукції; контроль (підпис, дата). Даний документ заповнюють до кінця. Облік готової продукції на складі ведеться в міру її надходження на склад або відпуску зі складу [38, С. 115].

На підприємстві на кожний вид продукції складають виробничий акт, який використовують для складання накопичувальної відомості за місяць. Накопичувальна відомість необхідна для подальшого обліку готової продукції в бухгалтерії у натуральному і вартісному вираженні. Вона заповнюється на підставі первинних документів протягом місяця.

До бухгалтерії підприємства щодня надходять документи на готову продукцію, на основі яких вона веде кількісно-натуральний облік випуску продукції за її видами. Показники, які застосовуються в обліку готової продукції (а також при її відвантаженні і реалізації), поділяються на натурально-речові та умовно-натуральні.

Облік готової продукції у вартісному вираженні ведуть за місцем її зберігання із зазначенням матеріально відповідальних осіб. У системі бухгалтерського обліку продукція відображається за видами і сортами, а також за ознакою місцезнаходження.

У кінці місяця загальну кількість випущеної продукції оцінюють за прийнятими в обліку цінами підприємства і фактичною собівартістю. За даними відомості випуску готової продукції визначають результат роботи підприємства у процесі виробництва [38, С. 124].

Останнім етапом кругообігу готової продукції є реалізація (продаж)

виробленої продукції, яка здійснюється відповідно до договорів про поставку. Процес реалізації продукції поділяється на чотири етапи, які наведені на рисунку 2.2 [39, С. 112].

Процес реалізації, пов'язаний з одного боку з відвантаженням готової продукції та передачі її покупцеві, а з іншого – з одержанням грошових коштів та їх еквівалентів і їх зарахуванням на рахунки продавця.

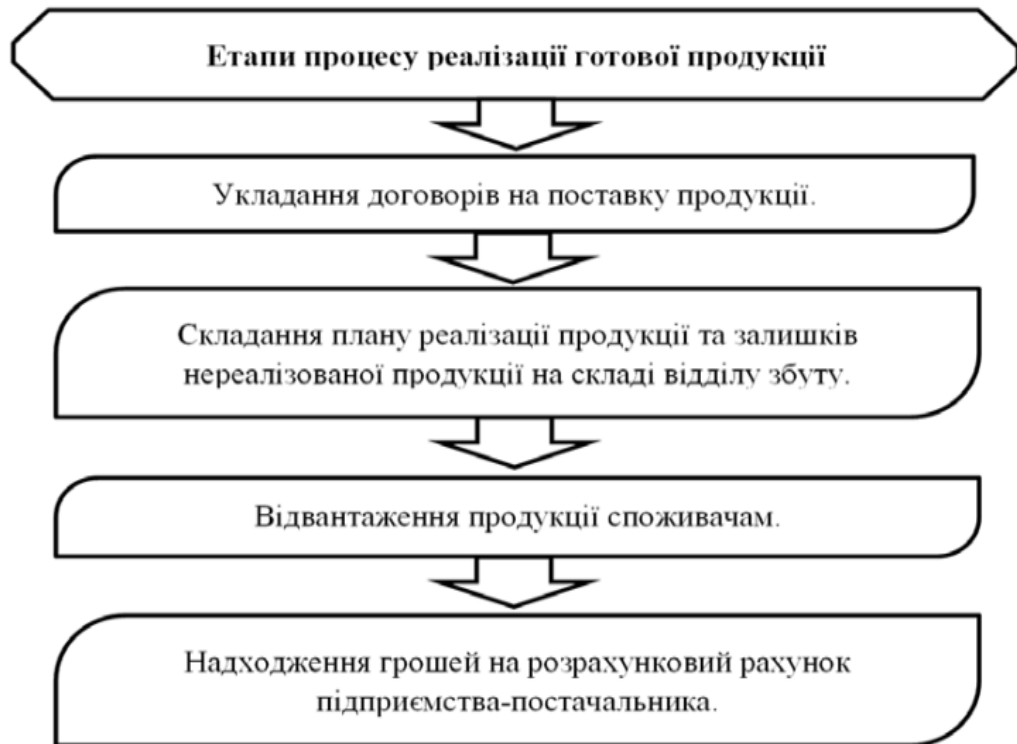


Рис. 2.2 Етапи процесу реалізації готової продукції

Виконуючи облікові завдання, використовують натуральні та грошові показники. Обсяг реалізованої продукції має дві оцінки: фактична собівартість реалізованої продукції і ціна реалізації (продажна вартість) товару.

Їх порівняння дає змогу визначити фінансовий результат реалізації: прибуток чи збиток.

Якщо ціна реалізованої продукції (продажна вартість) вища фактичної собівартості реалізованої продукції, операція прибуткова, якщо навпаки – збиткова.

Основні господарські операції з руху готової продукції та її збуту у бухгалтерії зображуються так.

Таблиця 2.9

## Господарські операції з руху готової продукції та її збуту

№ з/п	Зміст господарської операції	Бух. облік	
		Д-т	К-т
1. Виготовлення продукції			
1	Перераховано передоплату постачальнику за комплектуючі	631	311
2	Відображено суму податкового кредиту	641	644
3	Оприбутковано комплектуючі, одержані від постачальника	202	631
4	Відображено розрахунки за податковим кредитом	644	631
5	Відображено вартість вантажних робіт сторонній організації	202	631
6	Відображено суму податкового кредиту	641	631
7	Відображено суму витрат на відрядження працівника-експедитора	202	372
8	Відображено суму витрат на заробітну плату працівника-експедитора	202	661
9	Відображено нарахування на заробітну плату працівника-експедитора	202	651, 652, 653
10	Оплачено вартість вантажних робіт	631	311
11	Списано собівартість комплектуючих, що використані для виготовлення 75 штук продукції	23	202
12	Списано витрати на оплату праці працівників, зайнятих виготовленням готової продукції	23	661
13	Списано суму нарахувань на заробітну плату	23	651, 652, 653
14	Нараховано амортизацію основних засобів ЗВВ	91	131
15	Нараховані загальновиробничі витрати	91	65, 66
Списані загальновиробничі витрати			
16	Змінні розподілені загальновиробничі витрати	23	91
17	Постійні розподілені загальновиробничі витрати	23	91
18	Постійні нерозподілені загальновиробничі витрати	901	91
19	Нараховано суму адміністративних витрат	92	65, 66
20	Списано суму адміністративних витрат у порядку закриття рахунка	791	92
21	Оприбутковано готову продукцію на склад	26	23
2. Реалізація готової продукції			
22	Реалізація покупцям готової продукції	36	701
23	Відображено суму податкових зобов'язань	701	641
24	Відображено розрахунки за збут продукції	93	65, 66
25	Списано витрати на збут продукції	791	93
26	Списано виробничу собівартість реалізованої готової продукції	901	26
27	Списано виробничу собівартість реалізованої готової продукції на фінансовий результат	791	901
28	Списано дохід від реалізації готової продукції на фінансовий результат	701	791

Бухгалтерський облік процесу реалізації тісно пов'язаний з податковим обліком доходів. Тому важливе визнання моменту реалізації, оскільки він є визначальним для обчислення податків.

Відповідно до податкового законодавства України датою виникнення податкових зобов'язань з постачання товарів вважається дата, яка припадає на податковий період, протягом якого відбувається будь-яка з подій, що сталася раніше:

а) дата зарахування коштів від покупця/замовника на банківський рахунок підприємства як оплата за товари, що підлягають постачанню, а в разі постачання товарів за готівку – дата оприбуткування коштів у касі підприємства, а в разі відсутності такої – дата інкасації готівки у банківській установі, що обслуговує підприємство;

б) дата відвантаження товарів, а в разі експорту товарів – дата оформлення митної декларації, що засвідчує факт перетинання митного кордону України, оформлена відповідно до вимог митного законодавства. [39, С. 55].

Відвантаження готової продукції замовнику здійснюється на підставі накладної на відпуск товарно-матеріальних цінностей, товарно-транспортної накладної, накладної-вимоги.

Накладна на відпуск товарно-матеріальних цінностей виписується продавцем тільки на паперових носіях. Підписують її керівник підприємства-відправника, головний бухгалтер, особа, що відпустила цінності, і та, котра їх прийняла.

Накладна завіряється печаткою підприємства-відправника. Виписують накладну у двох примірниках. Перший примірник накладної передається одержувачу цінностей, а другий залишається у постачальника. [40, С. 46].

Якщо продукцію на складі постачальника одержує представник покупця, то він пред'являє довіреність на отримання цінностей із зазначенням у ній: строку її дії, адреси підприємства-покупця, кількості продукції, яку необхідно отримати, паспортні дані, а також ідентичність

підпису особи, завіреного підписами керівника, головного бухгалтера і печаткою підприємства-покупця.

При постійних зв'язках підприємства з покупцем у останнього виписується довготермінова довіреність, але не більше, як на 3 місяці із зазначенням посадових осіб, яким надано право на одержання продукції.

Товарно-транспортна накладна (форма № 1-ТН) виписується при відправленні продукції автотранспортом. Вона виписується в чотирьох екземплярах: перший екземпляр залишається у відправника вантажу і є підставою для списання товарно-матеріальних цінностей, другий екземпляр призначений для вантажоодержувача і є підставою для оприбуткування товарно-матеріальних цінностей, третій і четвертий екземпляри, завірені підписами й печатками (штампами), вантажоодержувач передає перевізникові. [40, С. 75].

Якщо підприємство-постачальник є платником податку на додану вартість, тому повинно надати покупцеві податкову накладну із зазначенням у ній усіх обов'язкових реквізитів. Якщо покупець не є платником податку, то податкова накладна йому не надається.

Накладна-вимога, заповнюється при разовому відпуску продукції для виробничих та господарських потреб.

Після відвантаження готової продукції покупцеві процес реалізації переміщується у сферу розрахунків. У момент реалізації підприємство передає покупцеві необхідну супровідну документацію та розрахункові документи.

У рахунках, рахунках-фактурах, які виставляються покупцям і замовникам поряд із сумою за товар вказують окремим рядком податок на додану вартість або знижку.

Момент пред'явлення розрахункових документів або їх оплати є визнанням доходу від реалізації. Отримана підприємством від покупця вартість продукції за їх реалізаційними цінами є доходом або виручкою від реалізації. [40, С. 112].

### 2.3 Шляхи вдосконалення обліку готової продукції та її збуту на підприємстві

З метою забезпечення безперервної діяльності підприємства, воно повинно мати в своєму розпорядженні ті або інші матеріальні запаси. Запаси – матеріальні ресурси (засоби виробництва, предмети споживання, інші цінності), необхідні для забезпечення розширеного відтворення, обслуговування сфери нематеріального виробництва та задоволення потреб населення, які зберігаються на складах або в інших місцях з метою їх наступного використання.

Одним із основних завдань цінового обліку готової продукції є приведення різної продукції промисловості до єдиного виразу – вартісного. В бухгалтерському обліку готова продукція повинна оцінюватись у відповідності до П(С)БО 9 «Запаси» за первісною вартістю. Але оскільки така вартість може бути визначена лише після збирання всіх витрат та калькулювання її фактичної собівартості, постає потреба в щоденному обліку наявності та руху готової продукції для визначення її вартісних характеристик. [22].

У поточному обліку готову продукцію оцінюють за обліковими цінами (середньорічною плановою собівартістю, договірними або оптовими цінами або за фактичною виробничою собівартістю). Така оцінка продукції дає змогу вести постійний поточний облік незалежно від калькуляції фактичної собівартості. Облікові ціни є основою ведення бухгалтерського обліку готової продукції на складах підприємства оперативно-бухгалтерським методом. У бухгалтерському балансі залишки готової продукції відображаються по фактичній виробничій собівартості.

Вважаємо, що доцільно було б підприємству у поточному обліку наявність і рух готової продукції оцінювати за відпускними цінами. Використання такого варіанту забезпечить порівнянність оцінки готової

продукції зі звітністю, а також дотримання єдності оцінки в документах на продукцію відвантажену і реалізовану.

При такому варіанті обліку немає потреби обліковувати відхилення фактичної собівартості готової продукції від відпускної вартості, завдяки можливості застосування рахунків позабалансового обліку, що є, безумовно, новизною у теорії і практиці бухгалтерського обліку.

Отже, одним із основних завдань цінового обліку готової продукції є приведення різної продукції промисловості до єдиного виразу – цінового показника, який дає можливість зробити підсумок різної продукції як одиничних виробничих одиниць, так і промисловості в цілому.

Як уже зазначалось раніше, при оприбуткуванні випущеної з виробництва готової продукції в бухгалтерському обліку роблять запис по дебету 26 «Готова продукція» та кредиту 23 «Виробництво» як у кількісному, так у вартісному виразі. Цим записом відображається оприбуткування готової продукції з виробництва за нормативною (плановою) собівартістю протягом місяця. Оскільки в балансі треба відобразити готову продукцію за фактичною собівартістю, то на суму відхилень від нормативної (планової) собівартості в кінці місяця складається запис методом додаткової проводки (якщо фактична собівартість виявиться вищою від планової): дебет 26 «Готова продукція» та кредит 23 «Виробництво», або методом червоного сторно (якщо фактична собівартість виявиться нижчою від планової).

Однак, якщо відійти від традиційного способу відображення операцій на рахунках бухгалтерського обліку і для оприбуткування та реалізації готової продукції використовувати позабалансові рахунки, то запис Дт 26 Кт 23 можна робити один раз в кінці місяця на загальну вартість випущеної з виробництва готової продукції конкретного виду.

Щоденний облік випуску з виробництва, наявності, руху та реалізації готової продукції у цьому випадку здійснюється на позабалансових рахунках, що значно полегшує облік і зменшує кількість виконуваних операцій. У цьому випадку фактичне оприбуткування готової продукції з виробництва

відображається по дебету позабалансового рахунку 26 по цінах реалізації. На підставі накладної в обліку підприємства робиться наступний запис: Дт 26 Кт 00 як в кількісному так і в сумарному вимірнику. Отже, у зв'язку з використанням підприємством позабалансових рахунків відпадає потреба у здійсненні додаткових розрахунків та відображенні у обліку коригування нормативної (планової) собівартості до рівня фактичної.

Операції по використанню готової продукції для переробки на позабалансовому обліку можуть відображатися записом: Дт 26 Кт 00, але кількість та сума по даній операції ставиться зі знаком мінус.

Заключним етапом кругообігу оборотних засобів підприємства є реалізація (продаж) виробленої ним продукції, яка здійснюється відповідно до договорів про поставку. Від їх виконання залежать кінцеві результати діяльності колективу – прибуток і його розподіл. Саме завдяки реалізації продукції у підприємства створюється можливість відновити цикл виробництва, використовуючи виторг від реалізації продукції для придбання нових виробничих запасів (предметів праці), для оплати праці працівників, розрахунків з постачальниками, бюджетом по податках і інших платежах, органами соціального і пенсійного страхування, банками по кредитах і ін.

Відповідно до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», для визначення фінансового результату звітного періоду необхідно порівняти доходи звітного періоду з витратами, що були здійснені для отримання цих доходів. При цьому доходи і витрати відображаються в бухгалтерському обліку та фінансовій звітності в момент їх виникнення, незалежно від дати надходження або сплати грошових коштів. [12].

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.



Дохід, отриманий від продажу готової продукції, відображається в бухгалтерському обліку на субрахунку 701 «Дохід від реалізації готової продукції». За кредитом даного субрахунку відображається збільшення (одержання) доходу, за дебетом – належна сума непрямих податків (акцизного збору, податку на додану вартість та інших, передбачених законодавством) та списання у порядку закриття на рахунок 79 «Фінансові результати».

Для узагальнення інформації про виробничої собівартості реалізованої готової продукції, то для її відображення в обліку підприємства застосовується субрахунок 901 «Собівартість реалізованої готової продукції», за дебетом якого відображається виробнича собівартість реалізованої готової продукції, за кредитом – списання в порядку закриття дебетових оборотів на рахунок 79 «Фінансові результати».

При реалізації готової продукції необхідно списати балансову вартість готової продукції, що реалізується. Протягом місяця таке списання здійснюється по нормативній (плановій) собівартості, яка в кінці місяця приводиться у відповідність до фактичної собівартості готової продукції. У разі, якщо фактична собівартість виробництва готової продукції менша нормативної її вартості, в кінці місяця здійснюється коригування.

У випадку, якщо фактична вартість готової продукції більша нормативної, то додатна різниця між цими величинами відображається в бухгалтерському обліку методом додаткової проводки: Дт 901 та Кт 26.

У разі використання позабалансових рахунків не має необхідності здійснювати всі ці дії, адже, як зазначалося вище, готова продукція оприбутковується з виробництва один раз в кінці місяця за фактичною собівартістю. При реалізації, собівартість відвантаженої продукції з Кт 26 в Дт 901 також списується один раз в кінці місяця на загальну суму реалізації.

Однак це не виключає необхідності списувати кількість і вартість реалізованої продукції при кожному відпуску продукції зі складу покупцям. Для цього робляться записи на позабалансових рахунках: Дт 00 та Кт 26.

Сума в цьому випадку дорівнює ціні реалізації одиниці продукції, помноженої на кількість.

### 3 АНАЛІЗ ВИРОБНИЦТВА ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ТОВ «ТІСЕС ГРУП»

#### 3.1 Аналіз обсягу виробництва та асортименту готової продукції

Успішне функціонування ТОВ «ТІСЕС ГРУП» в сучасних умовах вимагає постійної уваги до вимог ринку. Плануючи обсяг виробництва, необхідно заздалегідь визначитись, яку саме продукцію, де, коли, в якій кількості і за якими цінами підприємство буде реалізувати. Саме тому аналіз діяльності підприємств починають з вивчення ринків. Кожен конкретний виробник продукції цікавиться тільки конкретною специфічною частиною загального ринку – носіями споживчих властивостей тих товарів, які він виготовляє, або збирається виготовляти.

В основу аналізу ринку кладуться такі найважливіші моменти: вивчення сегментації ринку і ринкового агрегування; вивчення мотивів попиту споживачів і покупців; виявлення незадоволених потреб.

Дослідження і аналіз ринку передбачає вивчення загальної ситуації, а також позиції і конкретних можливостей підприємства (об'єднання, фірми) відносно можливих конкурентів.

На основі результатів попереднього аналізу визначається загальна потреба ринку в тому, чи іншому товарі, а також, яка є в даний час і на майбутнє пропозиція конкуруючих підприємств. Це дозволяє керівництву підприємства сформулювати стратегію відносно того, з якими небезпечними явищами в майбутньому слід буде рахуватись, які слабкі і сильні сторони можуть вплинути на активність підприємства, як оцінюються його глобальні перспективи і чи необхідна нова стратегія, або можна пристосуватися до нових завдань в умовах діючої.

Аналіз планів ТОВ «ТІСЕС ГРУП» з реалізації своєї продукції на

ринку, передбачає: вивчення розвитку ринку як по кількості, так і по вартості конкретного товару; отримання загальних відомостей про головних конкурентів; якісну характеристику продукції, запропонованої конкурентами і її ціну; визначення долі конкурентів на ринку; вивчення можливих каналів збуту продукції; отримання інформації про час і місце проведення національних і міжнародних виставок і ярмарок.

Аналіз ринку збуту продукції ТОВ «ТІСЕС ГРУП» передбачає пошук найбільш перспективних покупців і обговорення з ними обсягів продажу продукції і умов її придбання.

Подальше нарощування темпів виробництва продукту, необхідність його заміни іншим, який вже випускається, або зняття з виробництва буде залежати, в першу чергу, від його оцінки і сприйняття покупцем.

Від ринків збуту залежать обсяг продажу ТОВ «ТІСЕС ГРУП», середній рівень цін, виручка від реалізації продукції, сума отриманого прибутку та ін.

Знання ринку того чи іншого товару є надзвичайно важливим для підприємства, оскільки знаючи всю сукупність фірм, котрі функціонують у цій сфері обміну, можна виявити потенційних та регіональних конкурентів. Конкурентне середовище, в якому функціонує підприємство, формується в результаті впливу на товарний ринок безлічі різнорідних факторів.

Обсяг виробництва і реалізації продукції є взаємозалежними показниками і на підприємстві вони повинні бути збалансованими. В умовах обмежених виробничих можливостей і необмеженого попиту на перше місце виходить обсяг виробництва продукції.

Але в міру насичення ринку і посилення конкуренції не виробництво визначає обсяг продажів, а навпаки, можливий обсяг продажів є основою розробки виробничої програми. Підприємство має виробляти тільки ті товари і в такому обсязі, які воно може реально реалізувати [41, С. 123].

Реалізація продукції – важлива заключна стадія кругообігу коштів підприємства. Від того, як організована система реалізації продукції,

залежить неперервність виробничого процесу, оборотність оборотного капіталу, результати фінансово-господарської діяльності, рентабельність підприємства [42, С. 108].

Згідно чинного законодавства підприємство здійснює реалізацію своєї продукції, інших матеріальних цінностей на підставі прямих угод (контрактів) державного замовлення, через товарні біржі, мережу власних торговельних підприємств.

Темпи зростання обсягу виробництва і реалізації продукції, поліпшення її якості безпосередньо впливають на обсяг витрат, на прибуток і рентабельність підприємства.

Отже, на основі аналізу обсягів виробництва і реалізації продукції підприємство має можливість здійснювати регулювання, збалансування даних показників.

Обсяг виробництва й продажу товарів (виконання, надання послуг) – це основні показники, що характеризують діяльність організації, і аналіз цих показників має значення з метою оцінки своєї діяльності як у етапі планування виробництва так і виконання планів.

Тому не випадково аналізу показників випуску та реалізації продукції приділяють особливу увагу в системі економічного аналізу.

Планування, облік та аналіз продукції, яку виготовляють для продажу, здійснюється в натуральних (фізичних) та вартісних (грошових) одиницях.

Обсяг продукції у вартісному вираженні, як правило, визначається показниками: товарної, валової, чистої продукції.

Товарна продукція – це загальна вартість усіх видів готової продукції, напівфабрикатів, робіт і послуг виробничого характеру, що призначені для продажу або реалізації споживачам.

Валова продукція, окрім елементів, які входять до складу товарної продукції, включає також зміну залишків незавершеного виробництва, вартість сировини і матеріалів замовника та деякі інші елементи залежно від галузевих особливостей виробничої діяльності підприємства.

Чиста продукція – це обсяг товарної продукції, з вартості якої виключають матеріальні витрати і суму амортизаційних відрахувань, тобто вартість уречевленої праці.

За своїм економічним змістом показник чистої продукції відображає наново створену вартість і завдяки цьому характеризує результати використання виключно власного трудового потенціалу.

Саму тому цей показник доцільно застосовувати для об'єктивної оцінки рівня ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства.



Рис. 3.1 Вплив випуску продукції на показники діяльності підприємств

У ході аналізу вивчають та дають оцінку:

- напруженості виробничої програми;
- обсягу продукції порівняно з виробничими завданнями;
- виконанню державних контрактів та державних замовлень на поставку продукції;
- динаміці валової та товарної продукції;
- змінам у структурі випущеної продукції, номенклатурі, асортименті.

Основна мета аналізу обсягів виробництва і продажів продукції – збільшення обсягів реалізації рентабельної продукції шляхом розширення частки ринку й отримання максимального прибутку; викриття найефективніших шляхів збільшення обсягу випуску і поліпшення її якості; розвідка внутрішніх резервів зростання обсягу виробництва [43, С. 59].

Аналіз обсягів виробництва і реалізації продукції починається з проведення аналізу динаміки і структури.

Таблиця 3.1

## Динаміка обсягів виробництва і реалізації продукції.

Показники	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2018 рік	В середньому
Обсяг випуску (тис. грн.)	194,1	199,8	204,1	267,9	216,5
Ланцюговий темп росту (%)	100	102,9	102,2	131,2	---
Базисний темп росту (%)	100	102,9	105,2	138,0	---
Обсяг реалізації (тис. грн.)	1384,3	1556,2	1691,4	2167,7	1699,9
Ланцюговий темп росту (%)	100	112,4	108,7	128,2	---
Базисний темп росту (%)	100	112,4	108,7	128,2	---

Середньорічні темпи росту:

1. Обсяг випуску:

$$\text{Ланцюговий темп росту} = \sqrt[4]{1,0 * 1,02 * 1,02 * 1,31} = 1,108$$

$$\text{Базисний темп росту} = \sqrt[4]{1,0 * 1,02 * 1,05 * 1,38} = 1,138$$

2. Обсяг реалізації:

$$\text{Ланцюговий темп росту} = \sqrt[4]{1,0 * 1,12 * 1,08 * 1,28} = 1,156$$

$$\text{Базисний темп росту} = \sqrt[4]{1,0 * 1,12 * 1,22 * 1,56} = 1,286$$

Проведене дослідження свідчить про те, що обсяги реалізації значно перевищують обсяги випуску продукції, це зумовлено тим, що підприємство має не тільки виробничий цех а й закуповує продукцію у контрагентів-постачальників і реалізує її, а також має значні залишки готової продукції на складі.

Тим не менш, обсяги випуску та реалізації продукції з кожним роком зростають. Про це свідчать середньорічні темпи росту. Середньорічний темп росту обсягу випуску базисний становить 113,8%, ланцюговий 110,8%. Середньорічний темп росту обсягу реалізації базисний становить 128,6%, ланцюговий 115,6%.

Відповідно, обсяг випуску 2018 року у порівнянні з 2015 роком зріс на

137,9%. Обсяг реалізації 2018 року у порівнянні з 2015 роком зріс на 157%.

Тобто результати за останні 4 роки свідчать про позитивну тенденцію зростання обсягу випуску та обсягу реалізації продукції.

Графічне відображення обсягів випуску та реалізації зображено на рисунку 3.2.

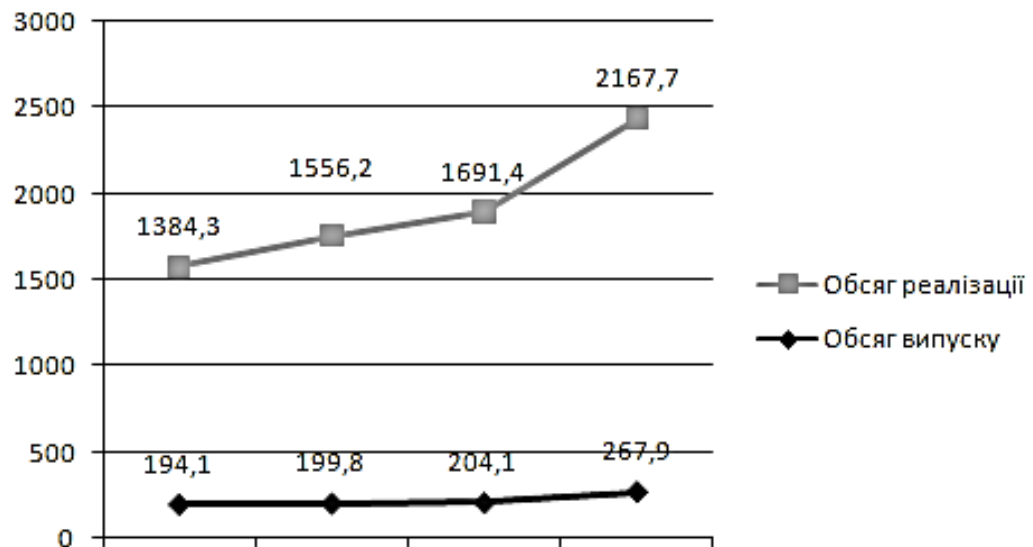


Рис. 3.2 Динаміка обсягів випуску та реалізації продукції, тис. грн..

З рисунку видно, що обсяг випуску та обсяг реалізації поступово зростає з кожним роком.

Наступним етапом є аналіз структури готової продукції підприємства за 2017 та 2018 роки.

Важливим елементом аналітичної роботи з дослідження виробничої програми підприємства є оцінка виконання плану з номенклатури та асортименту.

Номенклатура – це перелік найменувань виробів із зазначенням кодів згідно із загальнодержавним статистичним класифікатором продукції.

Асортимент – це сукупність різновидів продукції кожного найменування, що відрізняються відповідними техніко-економічними показниками.



Аналіз випуску продукції за складом дає можливість вивчити суттєвість структурних зрушень (зміну питомої ваги окремих видів продукції в загальному її обсязі). Це важливо з огляду на те, що зміна структури випуску продукції здійснює значний вплив на затрати, фінансові результати та обігові кошти підприємства [43, С. 256].

Результати дослідження суттєвості структурних зрушень використовують для формування оптимальної структури обсягу продукції.

Аналіз виконання завдання за заданою номенклатурою проводиться методом порівняння фактичного та планового випуску продукції по виробках.

Від того, наскільки рівномірно виконується завдання з випуску окремих видів продукції, залежить структура продукції.

Структура – це співвідношення окремих виробів у загальному їх випуску.

Виконати план за структурою продукції – означає зберегти у фактичному випуску продукції заплановане співвідношення окремих її видів.

Таблиця 3.2

## Структура випуску продукції, тис. грн.

Продукція	2017 р, тис грн	Питома вага, %	2018 р, тис грн	Питома вага, %
1	2	3	4	5
Ущільнення	348,1	26,5	428,3	32,1
Брудознімач	20,2	1,5	21,1	1,6
Вал	14,1	1,1	15,4	1,1
Втулка	38,1	2,9	47,2	3,6
Кільце ущільнююче	344,8	26,2	260,4	19,6
Манжета	109,6	8,3	48,3	3,6
Профіль силіконовий	364,3	27,7	316,7	23,8
Трубка силіконова	56,2	4,3	74,4	5,6
Шнур силіконовий	18,2	1,5	120,2	9,0
Всього	1313,6	100	1332,0	100

З даних таблиці, можна зробити висновок, що основну частку в структурі продукції підприємства за 2017 рік займають: профіль силіконовий – 27,7%, ущільнення – 26,5% та кільце ущільнююче – 26,2%. За 2018 рік

основну частку у структурі підприємства займають: ущільнення – 32,1%, профіль силіконовий – 23,8% та кільце ущільнююче – 19,6%. Не зважаючи на деякі зменшення обсягів випуску продукції в 2018 році у порівнянні з 2017 роком деяких видів продукції, підприємство зберігає структуру випуску продукції. Це обумовлено постійним попитом на сучасному ринку і наявністю відповідної сировини.

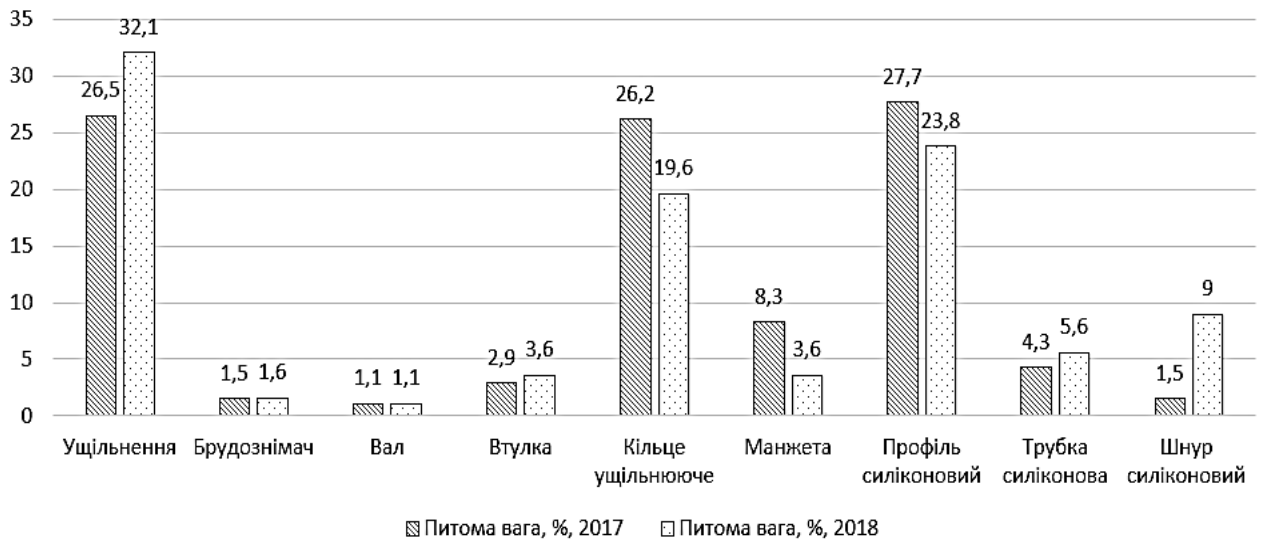


Рис. 3.3 Структура випуску продукції, %

Одним із важливих напрямів деталізації обсягу випуску продукції є вивчення його в асортиментно-структурному розрізі.

При цьому слід ураховувати, що підприємство має чітку предметну, а отже, й галузеву спеціалізацію.

Її визначають ще за організації підприємства, але асортимент продукції з часом може змінюватися. Одні товари перестають виробляти, інші – включають до виробничої програми.

Змінюваність складу продукції є наслідком цілеспрямованого чіткого керування цим процесом, що передбачає відносну стабільність асортименту за певні короткі проміжки часу, ретельне планування випуску продукції і суворий контроль за виконанням усіх асортиментних завдань і термінів випуску окремих видів продукції.

Тому відхилення від планових завдань розцінюють як суттєвий недолік у роботі виробничих підрозділів, їхніх керівників та виконавців.

Під асортиментом розуміють перелік усіх видів продукції, що виробляється, із зазначенням обсягів випуску.

Структура – це співвідношення окремих виробів у загальному обсязі виробництва. Зміна асортименту проти планового веде до асортиментних, а структура випуску до структурних зрушень. [43, С. 260].

Таблиця 3.3

## Аналіз виконання плану по асортименту.

Показники	Плановий обсяг випуску	Фактичний обсяг випуску	% виконан. плану	Фактичний обсяг, що зараховується у виконання плану	% виконання плану по асортименту
1	2	3	4	5	6
Кільце тормозне ф 8	1250	1250	100	1250	100
Кільце тормозне ф 9	1280	1294	101,1	1280	100
Кільце тормозне ф 10	1240	1126	90,8	1126	90,8
Кільце тормозне ф 11	1260	960	76,2	960	76,2
Кільце тормозне ф 12	1240	1259	101,5	1240	100
Кільце тормозне ф 14	1236	1287	104,1	1236	100
Кільце тормозне ф 15	1218	1234	101,3	1218	100
Кільце тормозне ф 17	-	1301	-	-	-
Кільце тормозне ф 19	1270	1586	124,9	1270	100
Всього	9994	11297	113,03	9580	95,8

Розрахунок показників виконання плану за асортиментом здійснюють трьома способами.

Перший спосіб має назву «найменшого числа». Його суть полягає у виборі найменшої із двох сум [43, С. 112].

Інакше кажучи, береться фактична сума за умови, що вона не перевищує планове завдання. У таблиці 3 ці залікові суми разом становлять 9580,0 шт. Отже, коефіцієнт асортиментності складає:

$$K_{ac} = 9580/9994 = 0,958$$

За другого способу як загальний показник беруть найменший відсоток виконання плану щодо всіх видів продукції - це відсоток по кільцю тормозному ф 11, який дорівнює 76,2, тобто коефіцієнт асортиментності становитиме 0,762.

Третій спосіб базується на співвідношенні кількості виробів, щодо яких план виконано не повністю, і загальної кількості планових позицій.

Цей показник пов'язаний з номенклатурою продукції, а тому його називають коефіцієнтом номенклатурності ( $K_n$ ) [43, С. 120].

З таблиці можна зробити такі висновки, що планувалося виробити 9 видів продукції, а фактично було вироблено 6 видів продукції, тому  $K_n=6/9=0,66$ .

Отже, не залежно від способу підрахунку можна вважати, що план з асортименту не виконано.

Якщо деталізувати результати дослідження, то можна сказати, що фактично у 2018 році планувалося випустити 9 найменувань асортименту продукції.

Фактично виконано план виробництва по 6 видам продукції. Не виконано план по 2 видам продукції, а саме по кільцю тормозному ф 10 та по кільцю тормозному ф 11.

Доповнюється аналіз розрахунком показника оновлення асортименту.

Оновлення асортименту – це процес зміни застарілих зразків продукції на сучасніші та технологічно досконаліші або випуск принципово нової продукції.

Іноді його ототожнюють з простим розширенням асортименту продукції, що виробляється. Оцінку здійснюють за допомогою коефіцієнту оновлення [43, С. 121].

В нашому випадку був запланований у 2018 році новий вид продукції – кільце тормозне ф 15. Тому  $K_{он(факт)}=1301/9994=13\%$

В цілому по підприємству фактичне виконання плану складає 11297, що вище запланованого на 13 %. Але, дослідивши виконання плану по

асортименту необхідно зазначити, що із 9 найменувань продукції, що випускаються на підприємстві виконання плану досягнуто по 5 найменуванням.

По 2 найменуванням план не виконано. Також необхідно зазначити, що на підприємстві простежується фактичний випуск продукції застарілого зразка, такого як кільце тормозне ф 17. Тому що фактичний випуск складає 1301 шт, при відсутності планового.

### 3.2 Аналіз ритмічності та рівномірності випуску готової продукції

Важливе значення при вивченні діяльності підприємства має аналіз ритмічності виробництва продукції.

Ритмічність виробництва — це насамперед чітка, стійка й збалансована діяльність підприємства, яка дає можливість своєчасно випускати продукцію та належним чином виконувати свої зобов'язання перед споживачами.

Ритмічність випуску продукції – виробництво продукції відповідно до встановленого графіку за певний період часу. Ритмічність не завжди означає рівномірність, так як прогностні завдання не можна розподілити порівну.

Розрізняють поняття «рівномірний випуск» та «ритмічний випуск» продукції [43, С. 350].

Рівномірний випуск продукції – це однаковий випуск продукції за однакові проміжки часу.

Ритмічний випуск продукції – це виробництво згідно з плановим графіком. Планові графіки ритмічності складають незалежно від особливостей технологічного процесу.

Так, у масовому виробництві ритмічність аналізують за добовим, годинним графіком. Якщо технологічний процес тривалий, ритмічність аналізу по 5-ти та 10-тиденному графіку. Аналіз ритмічності також

здійснюють по місяцях кварталу та кварталах року.

Порушення ритмічності виробництва, як правило, призводить до неповного використання виробничих потужностей, збільшення обсягу незавершеного виробництва та залишків готової продукції на складах, уповільнення оборотності капіталу, перевитрачання фонду оплати праці, надурочної роботи, браку та відповідно до підвищення собівартості продукції, зменшення суми прибутку, погіршення фінансового стану підприємства.

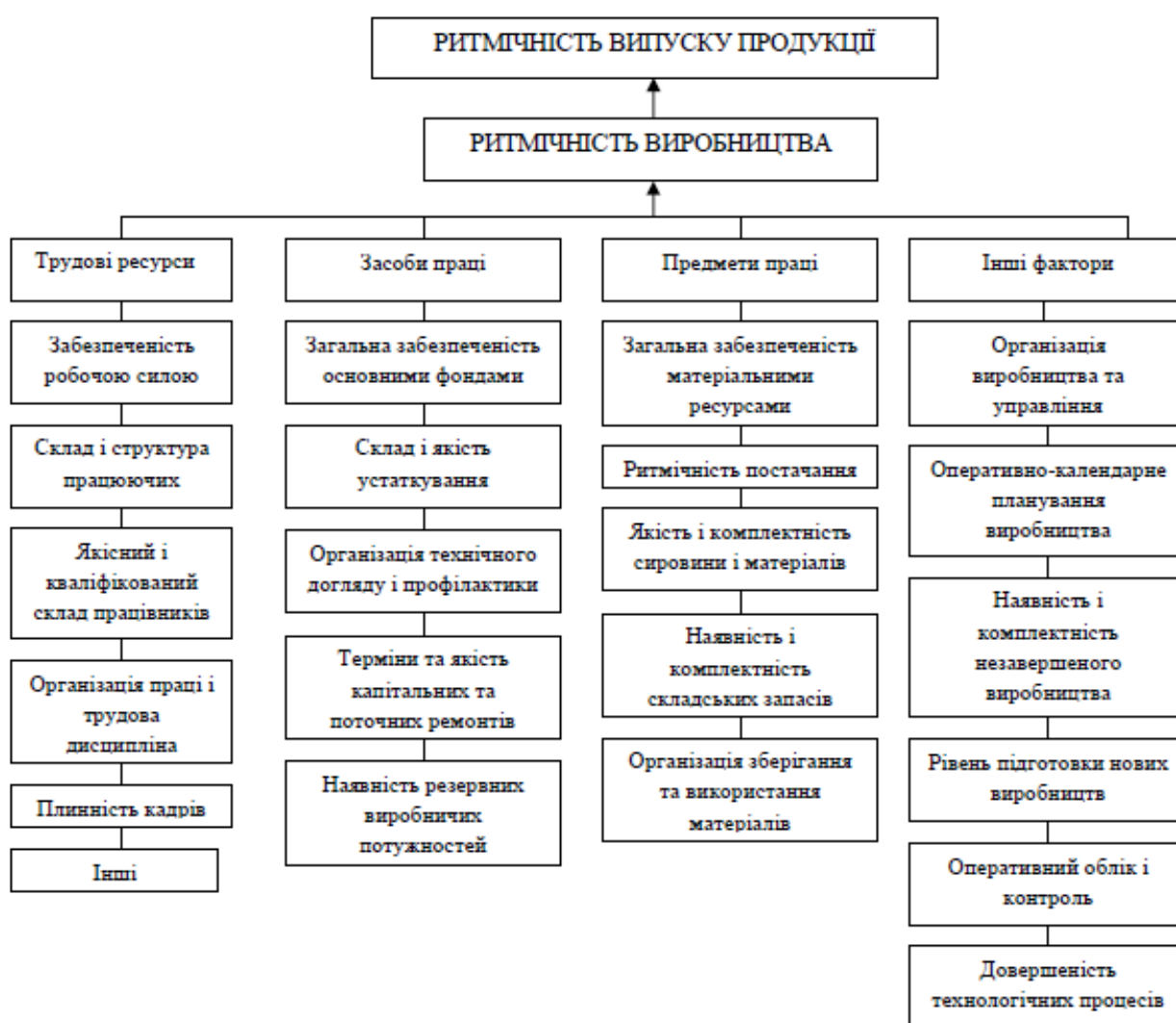


Рис. 3.4 Фактори, які впливають на ритмічність випуску продукції

Ритмічна робота – це випуск продукції рівними частками за будь-які

однакові проміжки робочого часу.

Розрізняють два поняття ритмічності:

- ритмічність випуску продукції (товарної);
- ритмічність виробництва (як завершеного, так і незавершеного) [43, С. 360].

Після того, як буде з'ясований ступінь ритмічності роботи, слід перейти до вивчення основних чинників, які зумовлювали можливі порушення ритмічності.

Неритмічність роботи притаманна багатьом підприємствам. Тому треба ретельно вивчати не лише причини, а й наслідки, а саме: збільшення кількості браку і відходів сировини та матеріалів; погіршення якості продукції; підвищення собівартості продукції; порушення у ритмі відвантаження, а отже, затримки реалізації продукції; посилення плинності кадрів; виникнення інших небажаних проблем.

Аналіз ритмічності проводиться шляхом зіставлення фактичних і прогнозних даних про випуск за декадами, місяцями та кварталами в цілому по підприємству і за окремими структурними підрозділами.

Для характеристики ритмічності виробництва використовуються показники:

- коефіцієнт ритмічності (характеризує питому вагу продукції, що виробляється згідно з плановим графіком. Він визначається як відношення фактичного випуску продукції, до випуску продукції за плановим графіком);
- коефіцієнт варіації (визначається як відношення середньоквадратичного відхилення від планового завдання за добу (декаду, місяць, квартал) до середньодобового (декадного, місячного, квартального) планового випуску продукції);
- коефіцієнт аритмічності (характеризує частку продукції, випущеної в результаті порушення графіка ритмічності. Він розраховується як одиниця мінус коефіцієнт ритмічності [43, С. 365].

Таблиця 3.4

## Оцінка ритмічності випуску продукції

Період	Обсяг випуску продукції, тис. грн..		Зараховується у ритмічний випуск продукції	Структура випуску %		Зараховується у ритмічний випуск, %
	план	факт		план	факт	
1 декада	344,2	423,6	344,2	33,1	32,7	32,7
2 декада	275,4	430,3	275,4	26,5	33,2	26,5
3 декада	420,4	440,1	420,1	40,4	34,1	34,1
Всього	1040,0	1294,0	1040,0	100	100	93,3

$$K_{\text{ритм}}=1040/1040=1(100\%)$$

$$K_{\text{аритм}}=1-1=0$$

$$K_{\text{варіації}}=\frac{\sqrt{(423,6-346,67)^2+(430,3-346,67)^2+(440,1-346,67)^2}}{346,67}=0,424=42,4\%$$

Таким чином, з даних розрахунків можна зробити висновок, що 100 % продукції на підприємстві за 2018 рік було випущено без порушення плану графіка, проте спостерігається, що випуск продукції за декадами відхиляється від плану на в середньому на 42.4%.

Наступним етапом аналізу є оцінка сезонних коливань. Аналіз сезонних коливань дає змогу дати кількісну оцінку інтенсивності сезонних змін і розробити заходи щодо їх послаблення. Щоб виявити сезонні коливання, аналізують місячні рівні ряду за кілька років [44, С. 269].

Далі необхідно оцінити виконання договорів поставки продукції. При цьому необхідно порівняти обсяг поставок згідно з договором та фактично надійшло.

Таблиця 3.5

## Аналіз рівномірності розміщення договорів поставки продукції

Звітний період	Договірні зобов'язання, тис. грн.	Фактичні поставки за договорами, тис. грн..	Виконання договірних зобов'язань, %
1 квартал	7571,1	7566,1	99,9
2 квартал	4718,8	4662,2	98,8
3 квартал	1536,2	1536,2	100
4 квартал	2679,1	2675,1	99,8
Всього	16505,2	16439,6	99,6



Як видно з таблиці на всі 100 % виконання договірних зобов'язань було здійснено лише в 3 кварталі. Тому, загалом за рік виконання договірних зобов'язань не виконано, він складає 99.6%. Наступним етапом в аналізі буде виконання договірних зобов'язань за 2018 рік.

Таблиця 3.6

## Аналіз виконання договірних зобов'язань

Показник	Договірні зобов'язання, тис. грн.	Фактичні поставки за договорами, тис. грн..	Виконання договірних зобов'язань, %	Зараховується у виконання договірних зобов'язань поставки продукції
Поліуретан РК40А	625,0	614,6	98,3	614,6
Поліуретан РК80А	6280,0	6254,4	99,6	6254,4
Поліуретан RTV 45 А	560,0	560,0	100	560,0
Поліуретан RTV 70 А	4839,5	4839,5	100	4839,5
Всього	12304,5	12268,5	99,7	12268,5

Виконання договірних зобов'язань здійснено за двома видами продукції з чотирьох. Отже, виконання договірних зобов'язань в цілому по підприємству не виконано на 0,03%, що не є досить суттєво.

### 3.3 Аналіз факторів та резервів збільшення випуску і реалізації готової продукції

Під резервами зростання обсягів виробництва і реалізації продукції розуміють можливості їх збільшення за рахунок поліпшення використання всіх видів ресурсів підприємства.

Резерви виробництва і реалізації продукції поділяються на зовнішні і внутрішні. Зовнішні резерви формуються зміною кон'юнктури ринку (попиту на продукцію, її конкурентоспроможності, можливостей конкурентів і контрагентів ринку), станом ринку капіталу, фондів, матеріалів, робочої сили

та ін. Внутрішні резерви зростання обсягів виробництва і реалізації продукції пов'язані з використанням виробничого потенціалу підприємства. За змістом та цілеспрямованістю їх доцільно згрупувати в три групи [44].

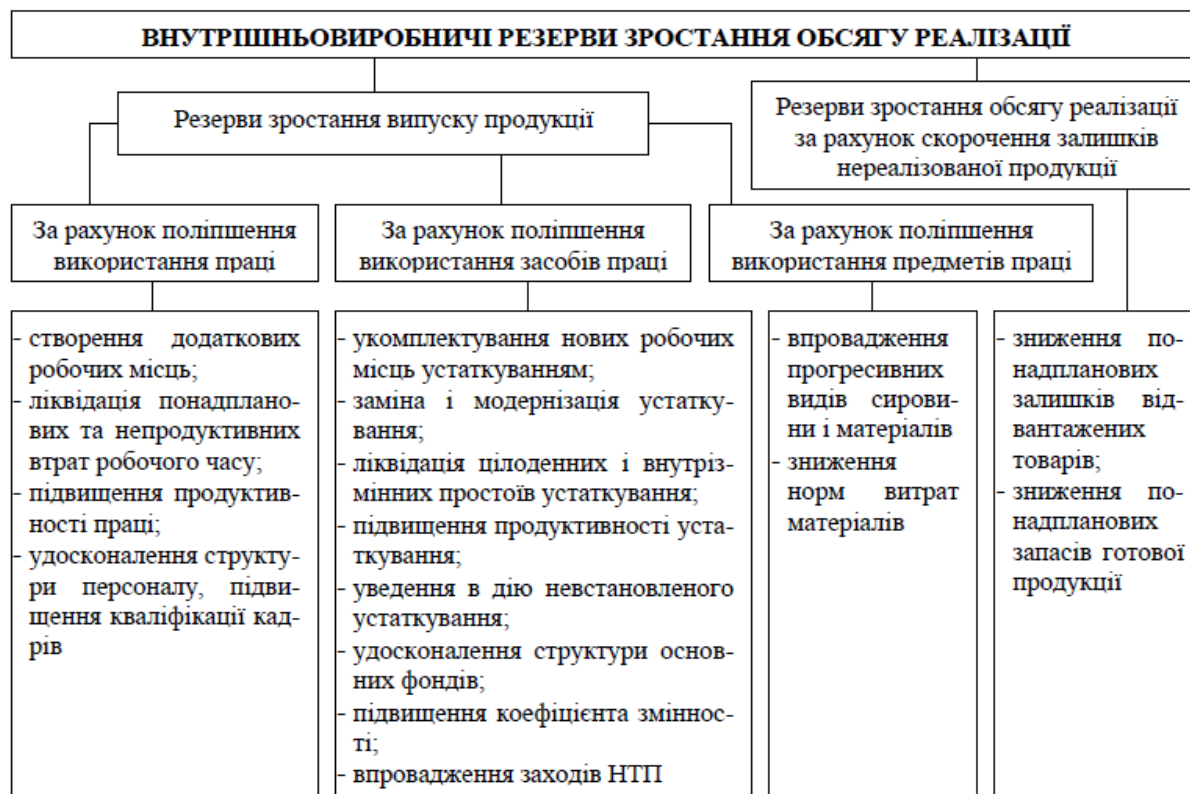


Рис. 3.5 Класифікація внутрішньовиробничих резервів зростання обсягів виробництва і реалізації продукції

Вивчивши динаміку обсягу виробництва та реалізації продукції, проаналізувавши структуру випуску продукції і виконання плану по асортименту, необхідно визначити фактори зміни її обсягу та резерви збільшення випуску готової продукції, тобто доцільно проводити факторний аналіз.

За допомогою факторного аналізу зможемо дізнатися як на обсяг виробництва продукції впливають кількість відпрацьованих маш/год та виробіток за 1 маш/год.

Таблиця 3.7

## Факторний аналіз обсягу випуску продукції.

Показники	Обсяг випуску		Динаміка	
	2017 р.	2018 р.	Абсолютне відх.	Темп росту%
Обсяг випуску продукції, тис. грн	204150	267900	+63750	31,2
Кількість відпрацьованих маш/год	468	425	-43	152,9
Виробіток за 1 маш/год	436,2	630,3	+194,1	44,5

Таким чином факторна модель матиме вигляд:

Обсяг випуску=К-сть відп. маш/год \* Вироб. за 1 маш/год [2, С. 155].

Застосувавши метод абсолютних різниць знайдемо вплив факторів на зміну обсягу виробництва:

$$\Delta Q_{\text{к-сть відпрац. маш/год}} = (425 - 468) * 436,2 = -18756,6$$

$$\Delta Q_{\text{виробіток 1 маш/год}} = 425 * (630,3 - 436,2) = 82492,5$$

Застосувавши метод ланцюгових підстановок знайдемо вплив факторів на зміну обсягу виробництва:

$$\Delta Q_{\text{вип.}} = 468 * 436,2 = 204141,6$$

$$\Delta Q_{\text{к-ст маш/год.}} = 425 * 436,2 = 185385 - 204141,6 = -18756,6$$

$$\Delta Q_{\text{вир 1 маш/год.}} = 425 * 630,3 = 267877,5 - 185285 = 82492,5$$

Таким чином за рахунок зменшення кількості відпрацьованих машино/год на 43 машино-години обсяг випуску зменшився на 18756,6 тис. грн.. А за рахунок збільшення виробітку за 1 маш/год на 194,1 год обсяг випуску продукції збільшився на 82492,5 тис. грн. В цілому по підприємству обсяг випуску продукції безперечно мав позитивну тенденцію до зростання на 63750 тис. грн. завдяки збільшенню виробітку за 1 маш/год.

## ВИСНОВКИ

Кваліфікаційна магістерська робота містить узагальнення теоретичних особливостей обліку та аналізу готової продукції. Крім цього була здійснена систематизація існуючих підходів до обліку та аналізу готової продукції, та розробка практичних удосконалень, які повинні збільшити фінансові результати на ТОВ «ТІСЕС ГРУП».

Проаналізувавши напрацювання вчених, які стосувалися визначення сутності поняття «готова продукція» виокремили спільні риси серед усіх тлумачень та виокремили, те яке найбільш повно описує дану категорію: готова продукція – це виріб, який знаходиться на завершальному етапі виробництва, повністю відповідає нормам та стандартам якості і переданий на склад або прийнятий технічним контролером та водночас являє собою результат виробничої діяльності підприємства.

Була здійснена класифікація готової продукції. Ключовою ознакою класифікації готової продукції є її характер, ступінь ліквідності та показник якості.

Встановлено, що оцінка готової продукції залежить від її стадії руху. Так вирізняють оцінку готової продукції на момент її надходження, на дату балансу та при вибутті.

Проведено аналіз фінансових показників ТОВ «ТІСЕС ГРУП». Виходячи з проведених розрахунків можна дійти до висновку, що підприємство активно працює в досягненні своєї мети – отримання й примноження прибутку.

Аналіз коефіцієнтів фінансової стійкості свідчать, що майже всі вони відповідають встановленим нормам. Коефіцієнт фінансової стійкості, зростання якого позитивно впливає на фінансовий стан підприємства, в кінці 2018 року збільшився на 0,3 (300%) переважно з початком періоду. Позитивним є збільшення коефіцієнту маневреності на 150% та зменшення коефіцієнту фінансування на 80%, що позитивно впливає на діяльність підприємства. В

цілому, розрахунок коефіцієнтів фінансової стійкості підприємства показав, що ТОВ «ТІСЕС ГРУП» можна назвати відносно стійким підприємством.

Аналіз ліквідності показав, що підприємство має достатній рівень платоспроможності.

В результаті дослідження можливості та доцільності застосування рахунків позабалансового обліку для відображення операцій з готовою продукцією, можна зробити висновок, що застосування в обліку підприємства позабалансових рахунків виключає потребу у здійсненні додаткових розрахунків та відображенні коригування нормативної (планової) собівартості до рівня фактичної.

Аналіз обсягів виробництва і реалізації продукції показав, що обсяги реалізації значно перевищують обсяги випуску продукції, це зумовлено тим, що підприємство має не тільки виробничий цех а й закуповує продукцію у контрагентів-постачальників і реалізує її, а також має значні залишки готової продукції на складі. Загалом, результати за останні 4 роки свідчать про позитивну тенденцію зростання обсягу випуску та обсягу реалізації продукції.

Аналіз факторів та резервів збільшення випуску і реалізації готової продукції показав, що за рахунок поліпшення використання додаткових ресурсів підприємства можна збільшити обсяги виробництва та реалізації. Таким чином за рахунок зменшення кількості відпрацьованих машино/год на 43 машино-години обсяг випуску зменшився на 18756,6 тис. грн.. А за рахунок збільшення виробітку за 1 маш/год на 194,1 год обсяг випуску продукції збільшився на 82492,5 тис. грн. В цілому по підприємству обсяг випуску продукції безперечно мав позитивну тенденцію до зростання на 63750 тис. грн. завдяки збільшенню виробітку за 1 маш/год.

## ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Андрющенко Н. С. Суть і значення витрат: історичний аспект .2007. С 3-7.
2. Андрющенко Н.С. Формування інформації про адміністративні витрати в управлінському обліку. URL:<http://www.nbu.gov.ua>..
3. Ауэрман Л.Я. Технология хлебопекарного производства. Минск : Пищевая промышленность, 2002. 512 с.
4. Батищев В. Тусклый свет восьмого класса счетов. *Бухгалтерия*. Бизнес., 2011. №11 (374). С. 15-21.
5. Бородкін О.С. Про формування і облік собівартості продукції за ринкових умов. *Бухгалтерський облік і аудит*, 2012. № 3. С.32 – 41.
6. Булгаков С. В. Управленческий учет. Воронеж: Издательство Воронежского государственного университета, 2001. 176 с.
7. Буфатина И. Особенности учета расходов на производственных предприятиях. *Все о бухгалтерском учете*, 2012. № 31. С.32.
8. Буфатина И. Учет в производстве. *Все о бухгалтерском учете*, 2011. №57. С.4-17.
9. Хамян Р.Л. Бухгалтерський облік в Україні: навч. посіб. Інформаційно-видавничий центр «Інтелект +», 2005. 1072 с.
10. Крупка Я.Д., Задорожний З.В., Мельник Р.О. Бухгалтерський облік за національними стандартами : практич. посіб. Тернопіль: Економічна думка, 2003. 236 с.
11. Бухгалтерський словник / за ред. проф. Ф.Ф.Бутинця. Житомир : ПП «Рута», 2001. 224 с.
12. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 року № 996-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.
13. Про оподаткування прибутку підприємств : Закон України від 22.05.1997 р. № 283/97 ВР. URL:

[http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/Z970283.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/Z970283.html).

14. Про податок на додану вартість : Закон України № 168/97-ВР від 03.04.1997 р. URL: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/Z970168.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/Z970168.html)..

15. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси», затверджене наказом Мінфіну України від 20.10.1999 р. № 246. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99/conv>.

16. Про застосування плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань та господарських операцій підприємств і організацій : Наказ Міністерства Фінансів України від 30.11.1999 р. № 291. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0892-99>

17. Про затвердження Методичних рекомендацій по застосуванню регістрів бухгалтерського обліку : Наказ Міністерства Фінансів України від 29.12.2000 р. № 356. URL: [https://minfin.com.ua/taxes/-/!news/nnakminfin\\_356/nnakminfin\\_356.html](https://minfin.com.ua/taxes/-/!news/nnakminfin_356/nnakminfin_356.html)

18. Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини : Закон України від 06.09. 2005 р. № 2809–IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2809-15>

19. Баєвська Л.Л. Бухгалтерський облік в сільськогосподарських підприємствах, інтегрованих з підприємствами інших галузей. Київ., 2006. 20 с.

20. Виговська Н.Г. Господарський контроль в Україні: теорія, методологія, організація: монографія. Житомир : ЖДТУ, 2008. 532 с.

21. Примак Т.О. Маркетинг : навч. посіб. Київ : МАУП , 2004. 227 с.

22. Про застосування плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань та господарських операцій підприємств і організацій : Наказу Міністерства Фінансів України від 30.11.1999 р. № 291. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0892-99>

23. Соколов Я. В. Бухгалтерский учет: история и современность. Уфа : Издательский центр «Башкирского территориального института профессиональных бухгалтеров», 2000. 214 с.

24. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати». URL:

<http://www.nbuuv.gov.ua>.

25. Пушкар М.С. Фінансовий облік : підручник. Тернопіль : Картбланш, 2002. 628 с.
26. Говорушко Т. А., Лановська Г. І. Аналіз фінансових результатів підприємств спиртової промисловості. АгроИнКом, 2011. № 7-9. С. 1-10.
27. Пархомець М.К., Матвійчук М.З. Ціноутворення у підприємствах агропромислового виробництва: організація та методика. Тернопіль: ВПЦ «Економічна думка ТНЕУ», 2012. 228 с.
28. Павлик, В. П. Собівартість і реалізація продукції у формуванні аграрного ринку. *Економіка АПК*, 2007. №5. С.147-153.
29. Завитій О.П. Внутрішній аудит на сільськогосподарських підприємствах. Тернопіль: ФОП Осадца Ю. В., 2017. 276 с.
30. Палюх М.С. Криза теорії обліку як наслідок підміни її проблематики / М. С. Палюх. Луцьк: ЛНТУ, 2014. С.390-396.
31. Островський, П. І. Аграрний маркетинг: навч. посіб. Київ. : ЦУЛ, 2006. 224 с.
32. Спільник І.В., Загородна О.М. Економічний аналіз: навчально-методичний комплекс дисципліни. Тернопіль: ТНЕУ, 2012. 432 с.
33. Яковлєв Ю.П. Контролінг на базі інформаційних технологій. Київ : Центр навчальної літератури, 2006. 318 с.
34. Яремко І.Й. Економічні категорії в методології обліку: монографія. Львів: Каменярь, 2002. 750 с.
35. Шкарабан С.И. Основы оперативного экономического анализа: монографія . Київ : Вища школа, 1988. 580 с.
36. Скирпан О.П. Бухгалтерський облік : навч. посіб. Тернопіль : Економічна думка, 2002. 395 с
37. Панасюк В.М. Витрати виробництва: управлінський аспект : монографія. Тернопіль: Астон, 2005. 288 с.
38. Огійчук М.Ф. Бухгалтерський облік на підприємствах. Київ : 2005. 259 с.



39. Нидлз Б., Андерсон Х., Колдуэлл Д. Принципы бухгалтерского учета Москва : Финансы и статистика, 2000. 496 с.
40. Пуцентейло, П.Р. Основні аспекти формування ефективної системи економічної безпеки підприємства. Гуменюк О.О. *Економічний дискурс*, 2017. № 2. С. 121-123.
41. Пуцентейло, П.Р. Особливості функціонування аналітичного забезпечення підприємств. *Інноваційна економіка*, 2015. № 1 (56). С. 104–108.
42. Друри К. Введение в управленческий и производственный учет / К. Друри. Москва: Аудит, ЮНИТИ, 2002. 780 с.
43. Карпова Т. П. Управленческий учет : учебник для ВУЗов. Москва: ЮНИТИ, 2000. 350 с.
44. Реслер М.В. Випуск готової продукції: організація та методика. *Збірник наукових праць ЧДТУ*, 2009 150 с.

## Додаток А

## Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємства

**ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ**  
суб'єкта малого підприємства

Підприємство	Дата(рік,місяць,число)	Коди		
<b>ТОВ "ТІСІЕС ГРУП"</b>	за ЄДРПОУ	2017	01	01
Територія <u>ЗАПОРІЗЬКА</u>	за КОАТУУ	39059601		
Організаційно-правова форма господарювання <u>Товариство з обмеженою відповідальністю</u>	за КОПФГ	2310100000		
Вид економічної діяльності <u>Оптова торгівля іншими машинами й устаткуванням</u>	за КВЕД	240		
Середня кількість працівників, осіб <u>4</u>		46.69		
Одиниця виміру: <u>тис. грн. з одним десятковим знаком</u>				
Адреса, телефон <u>вулиця Північне Шосе, буд. 4, оф. 102, м. ЗАПОРІЖЖЯ, ЗАПОРІЗЬКИЙ РАЙОН, ЗАПОРІЗЬКА обл., 69006</u>		7012372		

## 1.Баланс на 31 грудня 2016 р.

Актив	Форма № 1-м Код за ДКУД 1801006		
	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Необоротні активи</b>			
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-
Основні засоби	1010	40,3	146,8
первісна вартість	1011	47,4	199,5
знос	1012	( 7,1 )	( 52,7 )
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	40,3	146,8
<b>II. Оборотні активи</b>			
Запаси	1100	146,7	349,8
у тому числі готова продукція	1103	-	-
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	23,3	0,8
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	-	-
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	-	-
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	3,3	28,3
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
Інші оборотні активи	1190	54,3	24,8
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1195</b>	227,6	403,7
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>	<b>1200</b>	-	-
<b>Баланс</b>	<b>1300</b>	267,9	550,5

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Власний капітал</b>			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	1,0	1,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	40,0	270,5
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-	-
Неоплачений капітал	1425	( - )	( - )
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1495</b>	<b>41,0</b>	<b>271,5</b>
<b>II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення</b>			
<b>III. Поточні зобов'язання</b>			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	80,5	111,9
розрахунками з бюджетом	1620	25,1	61,3
у тому числі з податку на прибуток	1621	19,0	50,6
розрахунками зі страхування	1625	1,3	1,9
розрахунками з оплати праці	1630	5,4	4,6
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	114,6	99,3
<b>Усього за розділом III</b>	<b>1695</b>	<b>226,9</b>	<b>279,0</b>
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>			
Баланс	1900	267,9	550,5

**2. Звіт про фінансові результати**  
за \_\_\_\_\_ Рік 2016

Форма № 2-м Код за ДКУД 1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	1 388,3	1 286,0
Інші операційні доходи	2120	-	0,6
Інші доходи	2240	-	-
<b>Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)</b>	<b>2280</b>	<b>1 388,3</b>	<b>1 286,6</b>
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	( 827,8 )	( 949,3 )
Інші операційні витрати	2180	( 279,4 )	( 231,9 )
Інші витрати	2270	( - )	( - )
<b>Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)</b>	<b>2285</b>	<b>( 1 107,2 )</b>	<b>( 1 181,2 )</b>
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	281,1	105,4
Податок на прибуток	2300	( 50,6 )	( 18,9 )
<b>Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)</b>	<b>2350</b>	<b>230,5</b>	<b>86,5</b>

Керівник

(підпис)

Степенко Богдан Васильович

(ініціали, прізвище)

Головний бухгалтер

(підпис)

Сігарьова Ганна Петрівна

(ініціали, прізвище)

## Додаток Б

### Звіт про рух грошових коштів

Додаток 1  
до Національного положення  
(стандарту) бухгалтерського обліку 1  
"Загальні вимоги до фінансової  
звітності"

Дата (рік, місяць, число) 

2016	12	31
------	----	----

  
за ЄДРПОУ 

39059601
----------

Підприємство **ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ  
"ГІСІЕС ГРУП"**  
(найменування)

### Звіт про рух грошових коштів (за прямим методом) за 2018 р.

Форма №3 Код за ДКУД 1801004

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
<b>I. Рух коштів у результаті операційної діяльності</b>			
Надходження від:			
Реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	3000	1 820	1 512
Повернення податків і зборів	3005		
у тому числі податку на додану вартість	3006		
Цільового фінансування	3010		
Надходження від отримання субсидій, дотацій	3011		
Надходження авансів від покупців і замовників	3015		
Надходження від повернення авансів	3020	31	11
Надходження від відсотків за залишками коштів на поточних рахунках	3025		
Надходження від боржників неустойки (штрафів, пені)	3035		
Надходження від операційної оренди	3040		
Надходження від отримання роялті, авторських винагород	3045		
Надходження від страхових премій	3050		
Надходження фінансових установ від повернення позик	3055		
Інші надходження	3095	34	3
Витрачання на оплату:			
Товарів (робіт, послуг)	3100	(1 436)	(1 277)
Праці	3105	(56)	(19)
Відрахувань на соціальні заходи	3110	(16)	(11)
Зобов'язань із податків і зборів	3115	(51)	(31)
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на прибуток	3116	(19)	(2)
Витрачання на оплату зобов'язань з податку на додану вартість	3117	(20)	(24)
Витрачання на оплату зобов'язань з інших податків і зборів	3118	(12)	(4)
Витрачання на оплату авансів	3135	(18)	(136)
Витрачання на оплату повернення авансів	3140	(149)	(7)

Витрачання на оплату цільових внесків	3145		
Витрачання на оплату зобов'язань за страховими контрактами	3150		
Витрачання фінансових установ на надання позик	3155		
Інші витрачання	3190	(134)	(48)
<b>Чистий рух коштів від операційної діяльності</b>	<b>3195</b>	<b>25</b>	<b>(3)</b>
<b>II. Рух коштів у результаті інвестиційної діяльності</b>			
Надходження від реалізації: фінансових інвестицій	3200		
необоротних активів	3205		
Надходження від отриманих: відсотків	3215		
дивідендів	3220		
Надходження від деривативів	3225		
Надходження від погашення позик	3230		
Надходження від вибуття дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3235		
Інші надходження	3250		
Витрачання на придбання: фінансових інвестицій	3255		
необоротних активів	3260		
Виплати за деривативами	3270		
Витрачання на надання позик	3275		
Витрачання на придбання дочірнього підприємства та іншої господарської одиниці	3280		
Інші платежі	3290		
<b>Чистий рух коштів від інвестиційної діяльності</b>	<b>3295</b>		
<b>III. Рух коштів у результаті фінансової діяльності</b>			
Надходження від: Власного капіталу	3300		
Отримання позик	3305		
Надходження від продажу частки в дочірньому підприємстві	3310		
Інші надходження	3340		
Витрачання на: Викуп власних акцій	3345		
Погашення позик	3350		
Сплату дивідендів	3355		
Витрачання на сплату відсотків	3360		
Витрачання на сплату заборгованості з фінансової оренди	3365		
Витрачання на придбання частки в дочірньому підприємстві	3370		
Витрачання на виплати неконтрольованим часткам у дочірніх підприємствах	3375		
Інші платежі	3390		
<b>Чистий рух коштів від фінансової діяльності</b>	<b>3395</b>		
<b>Чистий рух грошових коштів за звітний період</b>	<b>3400</b>	<b>25</b>	<b>(3)</b>
Залишок коштів на початок року	3405	3	5
Вплив зміни валютних курсів на залишок коштів	3410		
Залишок коштів на кінець року	3415	28	2

Керівник  
Головний бухгалтер

Степенко Б.В.  
Сігарьова Г.П.