

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра обліку та оподаткування

Кваліфікаційна робота

магістра

на тему: Організація обліку готової продукції та аналіз її реалізації на
ТОВ «Парадіз»

Виконала студентка 2 курсу, групи 8.0718-23
спеціальності 071 Облік і оподаткування
освітньої програми облік і аудит
спеціалізації облік і аудит на підприємствах
малого бізнесу

О.С. Філоненко

Керівник к.е.н., доцент Саєнко О.Р.

Рецензент к.е.н., доцент Уманська Ю.М.

Запоріжжя 2019

**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 р.

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

Філоненко Оксані Сергіївні

1. Тема роботи: Організація обліку готової продукції та аналіз її реалізації на ТОВ «Парадіз»
керівник роботи Саєнко О.Р., к.е.н., доцент,
затверджені наказом ЗНУ від 04.07.2019 р., № 1111-с.
2. Строк подання студентом роботи: 02 грудня 2019 року..
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 понятійний апарат сутності категорії «готова продукція» та організацію обліку її реалізації на підприємстві; проаналізувати показники наявності та руху готової продукції; розробити рекомендації щодо удосконалення обліку процесів випуску готової продукції та управління підприємством; удосконалити методичний підхід до аналізу ефективності управління готовою продукцією та її реалізації.
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень): кваліфікаційна робота містить 31 рис., 29 табл. і 7 формул.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	к.е.н., доцент Саєнко О.Р.	19.08.2019	19.08.2019
2	к.е.н., доцент Саєнко О.Р.	16.09.2019	16.09.2019
3	к.е.н., доцент Саєнко О.Р.	07.10.2019	07.10.2019

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	липень 2019	виконано
2.	Написання вступу	липень 2019	виконано
3.	Виконання першого розділу	серпень 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	листопад 2019	виконано
8.	Подання роботи на кафедру	грудень 2019	виконано

Студентка _____
(підпис)

О.С. Філоненко

Керівник роботи _____
(підпис)

О.Р. Саєнко

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____
(підпис)

Ю.М. Уманська

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота: 112 с., 29 табл., 31 рис., 65 літературних джерела.

Об'єкт дослідження – процес обліку та аналізу готової продукції на підприємстві.

Метою написання кваліфікаційної роботи є дослідження обліку та аналізу готової продукції на підприємстві та формування організаційно-методичних положень та практичних рекомендацій щодо їх оптимізації.

Методи дослідження: в процесі виконання кваліфікаційної роботи були проведені дослідження на теоретичному та практичному рівнях пізнання. Для досягнення мети дослідження були застосовані наступні методи: табличний метод (при систематизації теоретичної інформації, що стосується структури руху і реалізації готової продукції та узагальненні основних показників, що характеризують ефективність діяльності підприємства, зокрема обсяги випуску та реалізації продукції), методи аналізу й синтезу (при детальному вивченні загального фінансово-господарського стану підприємства, тощо), метод порівняння (при оцінці діяльності підприємства, визначення відхилення від планових показників, встановлення їх причини та виявлення резервів) методи оцінки: горизонтальний, вертикальний аналізи (при аналізі складу та структури товарообігу у розрізі основних товарних груп), порівняльний аналіз (при аналізі динаміки товарообігу виробництва та реалізації продукції), факторний аналіз (при визначенні кількісного впливу економічних показників на зміну об'ємних показників).

Результати та значимість роботи полягають у розробці організаційно та методичних положень щодо вдосконалення обліку та аналізу руху та реалізації готової продукції на підприємстві у сучасних умовах, зокрема:

удосконалено:

– документальне забезпечення операцій з обліку готової продукції в частині формування графіка документообігу, що дозволить отримати інформацію про операції з руху готової продукції в розрізі інформаційних запитів управлінської системи;

– аналітичний облік витрат на збут на підставі застосування аналітичних рахунків в залежності від комплексних заходів збутової діяльності підприємства, що сприятиме збільшенню можливостей використання облікових даних з метою оптимізації процесу реалізації готової продукції.

Набули подальшого розвитку:

– трактування поняття «готова продукція», яку доцільно розглядати як частину запасів, що була виготовлена на підприємстві у відповідності із встановленими нормативами та технічними стандартами з метою подальшої реалізації замовникові-покупцеві;

– підхід до оцінки взаємозв'язку фінансового результату від реалізації готової продукції з понесеними витратами на виробництво та визначеними факторами впливу на результати діяльності підприємства, що дає змогу промисловим підприємствам знайти шляхи оптимізації основних показників.

ОБЛІК, ГОТОВА ПРОДУКЦІЯ, ТОВАРООБІГ, РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОДУКЦІЇ, АНАЛІЗ, ОБСЯГ, РИТМІЧНІСТЬ, ЯКІСТЬ, АСОРТИМЕНТ

SUMMARY

Qualification work: 112 p., 29 tablets, 31 pic., 65 literary sources.

The object of research is the process of accounting for analyzing the movement of finished products and its realization in the enterprise.

The purpose of writing the qualification work is the formation of organizational and methodological regulations and practical recommendations on optimization of accounting and analysis of the movement and realization of finished products.

Research methods: during the implementation of the qualification work, studies were conducted on the theoretical and practical levels of cognition. To achieve the research goal, the following methods were applied: the tabular method (with the systematization of theoretical information relating to the structure of the movement and the realization of finished products and the generalization of the main indicators characterizing the efficiency of the enterprise, in particular, the volumes of production and sale of products), methods of analysis and synthesis (with a detailed study of the overall financial and economic state of the enterprise, etc.), the comparison method (when assessing the activities of the enterprise, determining deviations from targets, determining their cause and identifying reserves). Evaluation methods: horizontal, vertical analysis (in analyzing the composition and structure of commodity turnover in the context of the main commodity groups), comparative analysis (in analyzing the dynamics of turnover of production and sales of products), factor analysis (in determining the quantitative impact of economic indicators on the change in volume indicators).

The results and significance of the work are the development of organizational and methodological provisions for improving the accounting and analysis of the movement and sale of finished products in the enterprise in modern conditions, in particular:

improved:

– documentary support of operations on accounting of finished goods in the part of forming the schedule of workflow, which will allow to obtain information about operations on the movement of finished goods in the context of information requests of the management system;

– analytical accounting of marketing expenses on the basis of application of analytical accounts depending on complex measures of marketing activity of the enterprise, which will help to increase the possibilities of using accounting data in order to optimize the process of selling finished products.

Have received the further development:

– interpretation of the concept of "finished products", which it is advisable to consider as part of the stocks that was manufactured at the enterprise in accordance with established standards and technical standards for the purpose of further realization to the customer-buyer;

– approach to the evaluation of the relationship between the financial result and the sale of finished goods with incurred production costs and certain factors of influence on the results of the enterprise's activities, which allows industrial enterprises to find ways to optimize the main indicators.

ACCOUNTING, FINISHED PRODUCTS, GOODS TURNOVER,
PRODUCT REALIZATION, ANALYSIS, VOLUME, RHYTHMICITY,
QUALITY, ASSORTMENT

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ,
ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

ТОВ – товариство з обмеженою відповідальністю

ПП – приватне підприємство

ПКУ – Податковий кодекс України

П(С)БО – Положення (стандарт) бухгалтерського обліку

МСБО – Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку

ДСТУ – Державні стандарти України

ISO - Міжнародна організація по стандартизації

ГП – готова продукція

ПДВ – податок на додану вартість

ПВ – первісна вартість

рах. – рахунок

ф. – форма

грн. – гривень

тис. грн. – тисяч гривень

р. – рік

% – відсотки

Δ – зміна у динаміці

ЗМІСТ

Завдання на кваліфікаційну роботу	
Реферат	
Summary	
Перелік умовних позначень, символів, одиниць, скорочень і термінів	
Вступ	11
1 Теоретико-методичні основи обліку та аналізу готової продукції	
1.1 Економічний зміст готової продукції та її роль у господарській діяльності підприємства	15
1.2 Нормативно-правове регулювання обліку готової продукції	26
1.3 Методичне забезпечення аналізу руху та реалізації готової продукції	36
2 Методичні підходи до обліку готової продукції на ТОВ «Парадіз»	
2.1 Організаційно-економічна характеристика підприємства	46
2.2 Документальне оформлення руху готової продукції.....	54
2.3 Синтетичний та аналітичний облік руху та реалізації готової продукції	60
2.4 Напрями оптимізації обліку готової продукції на підприємстві.....	71
3 Методика аналізу наявності, руху та реалізації готової продукції на ТОВ «Парадіз»	
3.1 Інформаційно-аналітичне забезпечення управління готовою продукцією.....	76
3.2 Оцінка складу, структури, динаміки та якості готової продукції	80
3.3 Аналіз збутової діяльності підприємства	92
3.4 Напрями оптимізації управління готовою продукцією.....	97
Висновки	102
Перелік посилань	105

Додаток А Баланс за 2018р.....	111
Додаток Б Звіт про фінансові результати за 2018р.....	112

ВСТУП

В сучасних умовах успішна діяльність підприємства залежить від рівня економічної ефективності випуску, руху та реалізації готової продукції. Облік та аналіз готової продукції, а також її реалізації є важливою проблемою в діяльності сучасних підприємств України, тому що завдяки більшій реалізації готової продукції вони отримують та максимізують свій прибуток. Проведення дослідження в частині обліку і аналізу реалізації готової продукції і шляхів її підвищення є надзвичайно актуальним, тому що за стрімких перетворень економічних умов – ефективне управління готовою продукцією є основним способом досягнення соціальної та економічної ефективності в діяльності підприємства.

Комплексний підхід до вирішення проблем обліку та аналізу готової продукції та її реалізації в умовах посиленого режиму економії і ресурсозбереження можливе за наявності у підприємства своєчасної, повної, правдивої інформації про фактори, що впливають на собівартість, а також майбутні фінансові результати від реалізації продукції.

Питання, пов'язані з обліком готової продукції та витратами на її збут, висвітлювали вітчизняні та зарубіжні економісти. Найбільш ґрунтовно проблеми бухгалтерського обліку розглянуто в працях вітчизняних вчених Бутинця Ф.Ф., Герасимовича А.М., Голова С.Ф., Єфименка В.І., Жиглей І.В., Кужельного М.В., Линника В.Г., Мурашка В.М., Пархоменка В.М., Сук Л.К., Савченка В.Я., Сопка В.В. та інших, а також зарубіжних вчених Безруких П.С., Блейка Д., Нідлза Б., Палія В.Ф., Соколова Я.В., Хендерксена Е.С., Хонгрена Ч.Т. Віддаючи належне науковим здобуткам вчених у дослідженнях сутності обліку та аналізу готової продукції з економічної та управлінської точок зору, слід зазначити, що ряд важливих проблем обліку та аналізу готової продукції та її реалізації потребують подальших досліджень, що безпосередньо обумовлює

актуальність обраного дослідження.

Метою написання кваліфікаційної роботи є дослідження обліку та аналізу готової продукції на підприємстві та формування організаційно-методичних положень та практичних рекомендацій щодо їх оптимізації.

Виходячи з визначеної мети поставлено та в повному обсязі реалізовано наступні завдання:

- дослідити та розвинути понятійний апарат сутності готової продукції;
- дослідити організацію бухгалтерського обліку готової продукції на підприємстві;
- удосконалити документування операцій з обліку готової продукції;
- оптимізувати аналітичний облік витрат на збут готової продукції;
- проаналізувати процес руху та реалізації готової продукції;
- удосконалити підхід до оцінки взаємозв'язку процесів виробництва готової продукції та управління підприємством.

Об'єктом дослідження є процес обліку та аналізу готової продукції на підприємстві.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, практичних та методичних аспектів обліку і аналізу показників руху та реалізації готової продукції.

Теоретико-методичну базу дослідження склали загальнонаукові та спеціальні методи. Для вирішення поставлених завдань використовувались методи: теоретичного узагальнення; розрахунковий (при аналізі якості, асортименту, обсягів випуску та реалізації продукції); спостереження, табличний, порівняння, групування, графічний, факторний аналіз; абстрактно-логічні (для формулювання висновків).

Інформаційною базою для написання кваліфікаційної роботи є довідкова та нормативна література, матеріали первинного, синтетичного, аналітичного обліку, статистична та бухгалтерська звітність ТОВ «Парадіз» за період за 2016-2018 рр.

При виконанні роботи використані матеріали, що містяться в наукових публікаціях вчених-економістів у галузі теорії та практики бухгалтерського обліку та аналізу, законодавчі та нормативні акти України, що регламентують облік руху готової продукції, відомості із засобів масової інформації, матеріали наукових конференцій та інформація мережі Інтернет.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у наступному:
удосконалено:

- документальне забезпечення операцій з обліку готової продукції в частині формування графіка документообігу, що дозволить отримати інформацію про операції з руху готової продукції в розрізі інформаційних запитів управлінської системи;

- аналітичний облік витрат на збут на підставі застосування аналітичних рахунків в залежності від комплексних заходів збутової діяльності підприємства, що сприятиме збільшенню можливостей використання облікових даних з метою реалізації готової продукції.

Набули подальшого розвитку:

- трактування поняття «готова продукція», яку доцільно розглядати як частину запасів, що була виготовлена на підприємстві у відповідності із встановленими нормативами та технічними стандартами з метою подальшої реалізації замовникові-покупцеві;

- підхід до оцінки взаємозв'язку фінансового результату від реалізації готової продукції з понесеними витратами на виробництво та визначеними факторами впливу на результати діяльності підприємства, що дає змогу промисловим підприємствам знайти шляхи оптимізації основних показників.

Практичне значення отриманих результатів полягає в розробці рекомендації автора щодо запропонованих удосконалень обліку та аналізу руху і реалізації готової продукції ТОВ «Парадіз».

Розробки, рекомендації і висновки виконаної роботи доповідались, обговорювались й одержали позитивну оцінку на науково-практичних семінарах: «Аудиторська діяльність: стан, сучасні тенденції та перспективи

розвитку» (м. Запоріжжя, 24 січня 2019 р.), «Теоретико-методичні засади судово-економічної експертизи» (м. Запоріжжя, 03 квітня 2019р.).

За результатами дослідження опубліковано 4 наукових праці обсягом 1,2 друк. арк., з них у наукових нефахових виданнях – 2 статті обсягом 1,0 друк. арк., 2 тези доповідей обсягом 0,1 друк. арк.

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Повний обсяг кваліфікаційної роботи становить 112 сторінок друкованого тексту. Робота містить 29 таблиць, 31 рисунок. Список використаних джерел включає 65 найменувань і розміщений на 7 сторінках.

1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ОБЛІКУ ТА АНАЛІЗУ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

1.1 Економічний зміст готової продукції та її роль у господарській діяльності підприємства

В умовах нестабільного економічного середовища, в якому знаходяться підприємства, для успішного функціонування й розширення своєї діяльності, а відтак й отримання якомога більших доходів, необхідно виготовляти конкурентоспроможну продукцію. Головну роль у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства відіграє обліково – аналітична система виробництва, наявності та реалізації готової продукції.

Облік та аналіз готової продукції включають комплекс робіт, при виконанні яких забезпечується своєчасний і якісний облік виробництва, випуску та реалізації готової продукції не тільки в цілому за звітній період, але і в короткостроковому періоді, а також контроль за цілістю і своєчасним відвантаженням готової продукції покупцям.

Безпосередньо процес реалізації завершує кругообіг господарських засобів установи, організації, що дає змогу виконувати зобов'язання перед державним бюджетом та банком. Реалізація готової продукції – це мета діяльності підприємства, кінцевий етап кругообігу його засобів, по завершенні якого визначаються результати господарювання та ефективність виробництва [15, с. 33].

Питання, пов'язані з обліком та аналізом готової продукції, висвітлювали вітчизняні й зарубіжні економісти. Найбільш ґрунтовно проблемні питання розглянуто в працях вітчизняних вчених: Ф.Ф. Бутинця, В.Г. Линника, В.Я. Савченка, Н.М. Ткаченко, а також зарубіжних вчених: Е. А. Аренс та Дж. К. Лоббек, В.Ф. Палія. Проте питання обліку готової

продукції підприємств залишається актуальним і потребує нагального вирішення в умовах сьогодення. Відсутність системних та комплексних підходів щодо обліку продукції не дозволяє отримати вичерпну інформацію, необхідну для прийняття управлінських рішень.

Для розкриття мети дослідження необхідно розглянути наукові підходи обґрунтування сутності поняття «готова продукція» (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Дефініція поняття «готова продукція» в наукових дослідженнях

№	Автор	Визначення
1	2	3
1	Бутинець Ф.Ф. [4]	Готова продукція – повністю завершена обробкою, укомплектована, яка пройшла необхідні випробування (перевірки). Це виріб (або напівфабрикат), послуга, робота, що пройшли всі стадії технологічної обробки на підприємстві, відповідають затвердженим стандартам або умовам договору, прийняті технічним контролем підприємства і здані на склад або замовникові – покупцеві згідно з діючим порядком прийняття продукції.
2	Вороніна В.А., [8]	Готова продукція – виріб (напівфабрикат), послуга, робота, що пройшли всі стадії технологічної обробки на даному підприємстві, відповідають затвердженим стандартам або умовам договору, прийняті технічним контролем підприємства і здані на склад або замовникові – покупцеві згідно з діючим порядком прийняття продукції.
3	Глібко В.М., [11]	Готова продукція – це матеріальний результат виробничої діяльності підприємства, коли запаси набувають нової якості. Крім випуску речової продукції, підприємство може виконувати роботи для інших підприємств або надавати послуги.
4	Сопко В.В. [44]	Готова продукція – це виріб (або напівфабрикат), послуга, робота, що пройшли всі стадії технологічної обробки на даному підприємстві, відповідають затвердженим стандартам або умовам договору, прийняті технічним контролем підприємства і здані на склад або замовникові – покупцеві згідно з діючим порядком прийняття продукції
5	Ткаченко Н.М. [47]	Готова продукція – це матеріальний результат виробничої діяльності підприємства. Крім випуску речовинної продукції (машин, взуття, одягу, хліба, цукерок тощо), підприємство може виконувати певні роботи для інших підприємств або надавати їм послуги.
6	Жернова Д.О. [18]	Готова називається продукція, яка виготовлена на підприємстві, призначена для продажу, повністю закінчена обробкою, пройшла випробування, приймання, укомплектування і відповідає технічним та якісним характеристикам, передбаченим договорами або іншими нормативно-правовими актами (умовами, стандартами).
7.	Лишиленко О.В. [26]	До готової продукції належить продукція, обробка якої закінчена, та яка пройшла випробування, приймання, укомплектування згідно з

Продовження табл. 1.1

1	2	3
		умовами договорів із замовниками і відповідає технічним умовам і стандартам.
8.	Юровський Б.Л. [54]	Готова продукція промислового виробництва – конкретні вироби, що пройшли всі стадії технологічної обробки на цьому підприємстві, відповідають встановленим стандартам чи технічним умовам, прийняті відділом технічного контролю і здані на склад або безпосередньо замовнику.

Так, наприклад Д.О. Жернова на базі аналізу та систематизації поняття «готова продукція» попередніх вчених, визначила, що готова продукція – це продукція, яка виготовлена за певними стандартами, з використанням необхідної сировини, має повністю завершену форму, яка пройшла всі норми контролю в середині підприємства, відповідає всім стандартам та нормам, яка пройшла перевірку в усіх відділах і відповідає всім стандартам. Повністю завершений продукт, який готовий до передачі на склад або до вибуття на сторону [18, с.17].

Відповідно до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 9 «Запаси», готовою вважається продукція, що виготовлена на підприємстві, в установі, та призначена для продажу і відповідає технічним та якісним характеристикам, передбаченим договором або іншим нормативно – правовим актом [36].

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» [35].

Міжнародним аналогом П(С)БО 9 «Запаси» є МСБО 2 «Запаси». Згідно МСБО 2, запаси – це активи, які:

- утримуються для продажу за умов звичайної господарської діяльності;
- перебувають у процесі виробництва для такого продажу;
- існують у формі основних чи допоміжних матеріалів для

споживання у виробничому процесі або при наданні послуг [27].

До запасів відносяться також товари, спеціально придбані для продажу (товари, придбані підприємствами торгівлі), а також інші цінності, придбані яким – небудь підприємством (не обов'язково торговим) для перепродажу, готова продукція, і незавершене виробництво.

Більш наближене значення до національного стандарту подано у Інструкції про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій. 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 [24].

Виходячи з вище приведеного матеріалу, досліджувана категорія характеризується з різних точок зору. Тому, це поняття потребує уточнення з погляду системності визначення та практичного використання.

Так, готова продукція, на нашу думку, – це частина запасів, що була виготовлена на підприємстві у відповідності із встановленими нормативами та технічними стандартами з метою подальшої реалізації замовникові-покупцеві.

Крім випуску речової продукції (машин, обладнання тощо) підприємство може виконувати певні роботи для інших підприємств або надавати їм послуги. Наприклад, ремонтні роботи, перевезення вантажів своїм автотранспортом та інше. На відміну від речової продукції, під якою розуміється вираз готова продукція, цей вид продукції називають «виконані роботи і надані послуги».

В економічній літературі готову продукцію класифікують відповідно до ряду ознак: за формою, за ступенем готовності і за технологічною складністю (рис. 1.1).

За технологічною складністю продукцію поділяють на просту і складну. При цьому складна може бути основною, побічною або супутньою [29, с. 68].

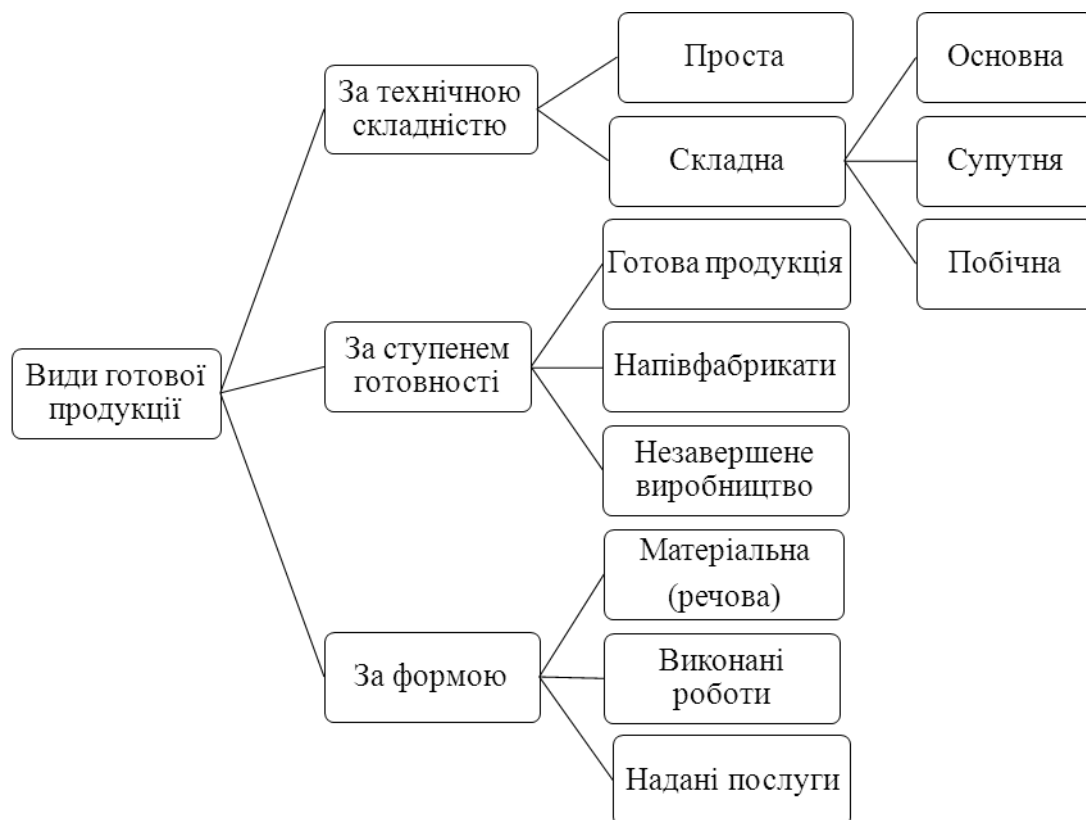


Рис. 1.1 Класифікація готової продукції

За своїми технічними та іншими характеристиками побічна та супутня продукція майже не відрізняються від основної, тому їх кількісні та якісні параметри визначають аналогічно основній продукції.

Супутня продукція – це продукція, отримана в одному технологічному циклі (процесі) одночасно з основною. За якістю вона відповідає стандартам та призначена для подальшої обробки або відпуску споживачам [2, с. 34].

Супутня продукція як вихідний елемент виробничого процесу має якісні та кількісні параметри, які повинні одержати вартісну характеристику.

Побічна продукція – це продукція, що іноді утворюється в комплексних виробництвах при виробництві основної і, на відміну від супутньої (допоміжної), не потребує додаткових витрат.

За ступенем готовності продукцію поділяють на готову, напівфабрикати та незавершене виробництво.

Готова продукція — продукція (товар), вироблена з використанням давальницької сировини (крім тієї частини, що використовується для

проведення розрахунків за її переробку) і визначена як кінцева у контракті між замовником і виконавцем.

Напівфабрикат – продукція, що підлягає подальшій обробці або використовується як складова частина іншого складнішого виду продукції.

Напівфабрикат одночасно є предметом праці та продуктом праці.

Як предмет праці, напівфабрикат може бути предметом споживання, в тому числі – сировиною [13, с. 268].

Як продукт праці напівфабрикат є результатом праці. ДСТУ 2391: 2010 визначає Напівфабрикат як предмет праці, який підлягає подальшому оброблюванню на підприємстві – споживачеві [16].

Незавершене виробництво – товари, які перебувають на стадії виробництва і враховані в статтю товарно – матеріальних запасів на дату складання фінансової звітності.

Товари, які перебувають у процесі виготовлення і при складанні балансу відносяться до матеріально – виробничих запасів.

Готова продукція на виробничому підприємстві проходить відповідну кількість етапів (рис 1.2):

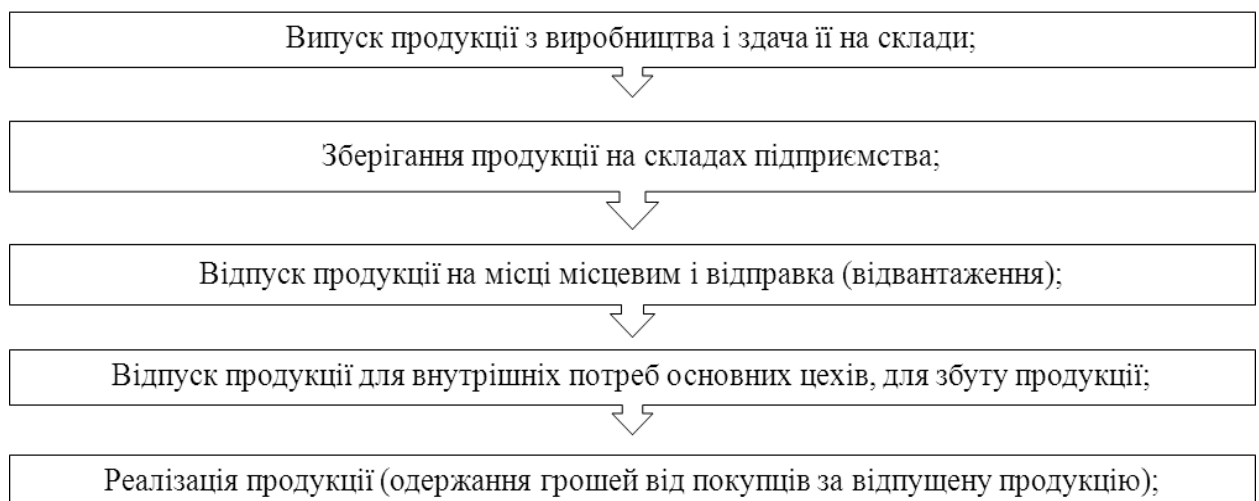


Рис. 1.2 Етапи проходження готової продукції на виробничому підприємстві [31, с. 301]

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 здійснюватися відповідно до встановлених технічних параметрів та інших нормативів і стандартів, що діють на конкретному підприємстві;

– реалізація та збут готової продукції обов'язково повинні супроводжуватись відповідними первинними документами.

Кожний виріб готової продукції є носієм різних конкретних властивостей, що відображають його корисність і відповідають певним потребам споживача. Корисність будь-яких речей відображає їх споживчу вартість.

Споживна вартість і якість виробів безпосередньо пов'язані між собою. Проте це не тотожні поняття, оскільки та сама споживна вартість може бути корисною не в однаковій мірі. На відміну від споживної вартості якість продукції характеризує міру її придатності для споживання, тобто кількісний бік суспільної споживної вартості. Якість як економічна категорія відбиває сукупність властивостей продукції, що зумовлюють міру її придатності задовольняти потреби людини відповідно до свого призначення.

Поряд із якістю існує поняття технічного рівня певних видів продукції. Це поняття за змістом вужче за попереднє, оскільки охоплює сукупність лише техніко-експлуатаційних характеристик. Його показники встановлюються за проектування (розробки) переважно нових знарядь праці (машин, устаткування, приладів, транспортних засобів тощо) і відображаються в спеціальних картах технічного рівня, які використовують у процесі вивчення ринку й визначення попиту на нові товари, складання бізнес-планів, рекламних матеріалів тощо.

Об'єктивна необхідність забезпечення належної якості в процесі проектування, виготовлення й використання нових виробів ініціює застосування у виробничо-господарській діяльності підприємств певної

системи показників, що дає змогу визначати й контролювати рівень якості всіх видів продукції.

Рівень якості – це кількісна характеристика міри придатності того чи того виду продукції для задоволення конкретного попиту на неї у порівнянні з відповідними базовими показниками за визначених умов споживання. Оцінка якості продукції передбачає розрахунок абсолютного, відносного, перспективного та оптимального її рівнів [21, с. 87].

Абсолютний рівень якості того чи того виробу знаходять обчисленням вибраних для його вимірювання показників, не порівнюючи їх із відповідними показниками аналогічних виробів. Визначення абсолютного рівня якості є недостатнім, оскільки самі по собі абсолютні значення вимірників якості не відображають міру її відповідності сучасним вимогам. Тому одночасно визначають відносний рівень якості окремих видів продукції, на підставі порівняння її показників з абсолютними показниками якості найліпших вітчизняних та зарубіжних аналогів.

Проте рівень якості продукції під впливом науково-технічного прогресу і вимог споживачів мусить постійно зростати. У зв'язку з цим виникає необхідність оцінки якості виробів, виходячи з її перспективного рівня, що враховує пріоритетні напрями й темпи розвитку науки і техніки. Для нових видів продукції і передовсім знярядь праці доцільно визначати також оптимальний рівень якості, тобто такий її рівень, за якого загальна величина суспільних витрат на виробництво й використання (експлуатацію) продукції за певних умов споживання була б мінімальною.

Залежно від призначення певні види продукції мають специфічні показники якості. Поряд з цим використовуються показники для оцінки багатьох видів виробів, а також вимірники відносного рівня якості всієї продукції, що виробляється підприємством. З урахуванням таких обставин усі показники якості виробів поділяють на дві групи: перша – диференційовані (поодинокі) показники, з яких виокремлюється найбільш розгалужена низка одиничних показників якості; друга – загальні показники

якості всього обсягу продукції, що її виробляє підприємство. Найбільш складна за кількістю система показників застосовується для оцінки якості (технічного рівня) знарядь праці.

Вона охоплює більшість груп одиничних показників і майже всі комплексні вимірники якості. Крім специфічних, властивих лише певному виду виробів показників, якість (технічний рівень) знарядь праці характеризується також низкою загальних показників. До них, у першу чергу, належать надійність, довговічність, ремонтпридатність, продуктивність, патентна чистота тощо.

Під надійністю розуміють властивість виробу виконувати свої функції зі збереженням експлуатаційних показників у встановлених межах протягом відповідного проміжку часу. Кількісно вона характеризується тривалістю безвідмовної роботи, тобто середнім часом роботи між двома несправностями.

Довговічність – це властивість виробу тривалий час зберігати свою працездатність за тих чи тих умов експлуатації, її оцінюють двома головними показниками – строком служби (календарною тривалістю експлуатації до певного граничного стану) і технічним ресурсом (можливим напрацюванням у годинах).

Ремонтпридатність техніки характеризує можливість швидко виявляти й усувати несправності в ній. Показник патентної чистоти виробу відображає використання за його розробки запатентованих винаходів і можливість безперешкодного продажу на світовому ринку [5, с. 14].

До комплексних показників якості (технічного рівня) знарядь праці належать, наприклад: коефіцієнт готовності обладнання, що характеризує одночасно його безвідмовність і ремонтпридатність; питомі витрати на один кілометр пробігу автомобіля тощо.

Якість предметів праці оцінюють здебільшого за допомогою показників технологічності їхньої обробки й переробки. Більшість із них відображають фізико-механічні властивості та хімічний склад предметів

праці. Показники для оцінки якості споживчих товарів диференціюють залежно від їхнього конкретного призначення. Зокрема якість продуктів харчування характеризують показники калорійності, консистенції, смаку, запаху, терміну зберігання тощо, а одягу та взуття – показники міцності, естетичності – колористика, силует тощо.

У практиці господарювання важливо знати не лише якість окремих виробів, а й загальний рівень якості всієї сукупності продукції, що її виготовляє підприємство. З цією метою застосовують певну систему загальних показників, а саме:

- частка принципово нових (прогресивних) виробів у загальному їхньому обсязі;
- коефіцієнт оновлення асортименту;
- частка продукції, на яку одержано сертифікати якості;
- частка продукції для експорту в загальному її обсязі на підприємстві;
- частка виробничого браку (бракованих виробів);
- відносний обсяг сезонних товарів, реалізованих за зниженими цінами.

Для оцінки якості продукції використовується система показників, які групуються на узагальнюючі, комплексні та одиничні.

Для визначення рівня якості виробів, що виготовляються (освоюються) виробництвом, застосовують кілька методів: об'єктивний, органолептичний, диференційований, комплексний. Об'єктивним і органолептичним методами користуються для визначення абсолютного рівня якості, а диференційованим і комплексним – відносного рівня якості окремих видів продукції.

При визначенні конкурентоспроможності готової продукції необхідно враховувати:

- конкретні вимоги потенційних покупців (споживачів) до пропонованого на ринку товару;
- можливі розміри та динаміку попиту на продукцію;
- розрахунковий рівень ринкової ціни товару;

- очікуваний рівень конкуренції на ринку відповідних товарів;
- найбільш перспективні ринки для відповідного товару та етапи закріплення на них;
- визначальні параметри продукції основних конкурентів;
- термін окупності сукупних витрат, зв'язаних із проектуванням, продукуванням і просуванням на ринок нового товару.

Конкурентоспроможність конкретного об'єкта бажано вимірювати кількісно, що уможливить управління її рівнем. Для цього необхідна інформація, що характеризує корисний ефект даного об'єкта та об'єктів-конкурентів за нормативний строк їхньої служби й сукупні витрати протягом життєвого циклу об'єктів.

Соціально-економічне значення підвищення якості й конкурентоспроможності продукції полягає в тім, що заходи такого спрямування сприяють формуванню ефективнішої системи господарювання за умови ринкових відносин [9, с. 16]. Соціально-економічна ефективність підвищення рівня якості та конкурентоспроможності продукції, що виробляється підприємствами, полягає у:

- задоволенні суспільно-соціальних потреб;
- виявленні закону економії робочого часу: загальна сума витрат праці на виготовлення й використання продукції більш високої якості, навіть якщо досягнення такої зв'язане з додатковими витратами, істотно зменшується;
- забезпеченні фінансової стійкості фірми, та одержанні максимально можливого прибутку;
- формуванні іміджу підприємства [45, с. 64].

Таким чином формами та методами економічного впливу на процес виробництва готової продукції є система прогнозування й планування якості продукції, установлення прийнятних цін реалізації, потужна мотивація праці всіх категорій працівників підприємства, а формами соціального впливу - всебічна активізація людського чинника, проведення ефективної кадрової політики, створення належних умов праці та життєдіяльності.

1.2 Нормативно-правове регулювання обліку готової продукції

В сучасних умовах господарювання законодавство постійно змінюється, тому виникає необхідність системно аналізувати нові положення законодавчих актів, що регулюють бухгалтерський облік.

Нормативно-правова база може давати рекомендації, встановлювати обов'язки чи надавати певні права суб'єкту господарювання.

Питанню нормативного забезпечення обліку готової продукції приділяли увагу:

– Н.В. Секіріна, досліджуючи загальні підходи до формування і класифікації правового забезпечення обліку і контролю витрат на виробництво готової продукції [43, с. 236];

– В.А. Дерій, розглядаючи нормативно – правове регулювання обліку і контролю витрат та доходів підприємств [17, с. 77];

– І.Л. Бондарюк, аналізуючи міжнародні та національні законодавчі акти щодо формування витрат підприємств у бухгалтерському і податковому обліку [3, с. 17];

Також Бірюкова О.Л. зазначає «... незважаючи на те, що в даний час бухгалтерський облік регулюється через законодавство та інші нормативно – регулюючі 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» [5, с. 7].

На сьогоднішній день виділяють такі основні завданнями обліку готової продукції:

– 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.

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.

Тобто сукупність норм, правил поведінки, які не суперечать як державним так і індивідуальним інтересам будь – яких підприємств, з обов'язковим врахуванням міжнародного досвіду [14, с. 213].

Вся система нормативно – правових актів щодо регулювання бухгалтерського обліку в Україні може бути представлена 5-рівневою структурою (рис. 1.3).

На рис. 1.3 структуровано законодавчі акти, починаючи від Конституції України на першому рівні, закінчуючи робочими документами підприємства на п'ятому. Якщо норми одного законодавчого акту суперечать нормам іншого, пріоритетом користуються той, що належить вищому рівню структури.

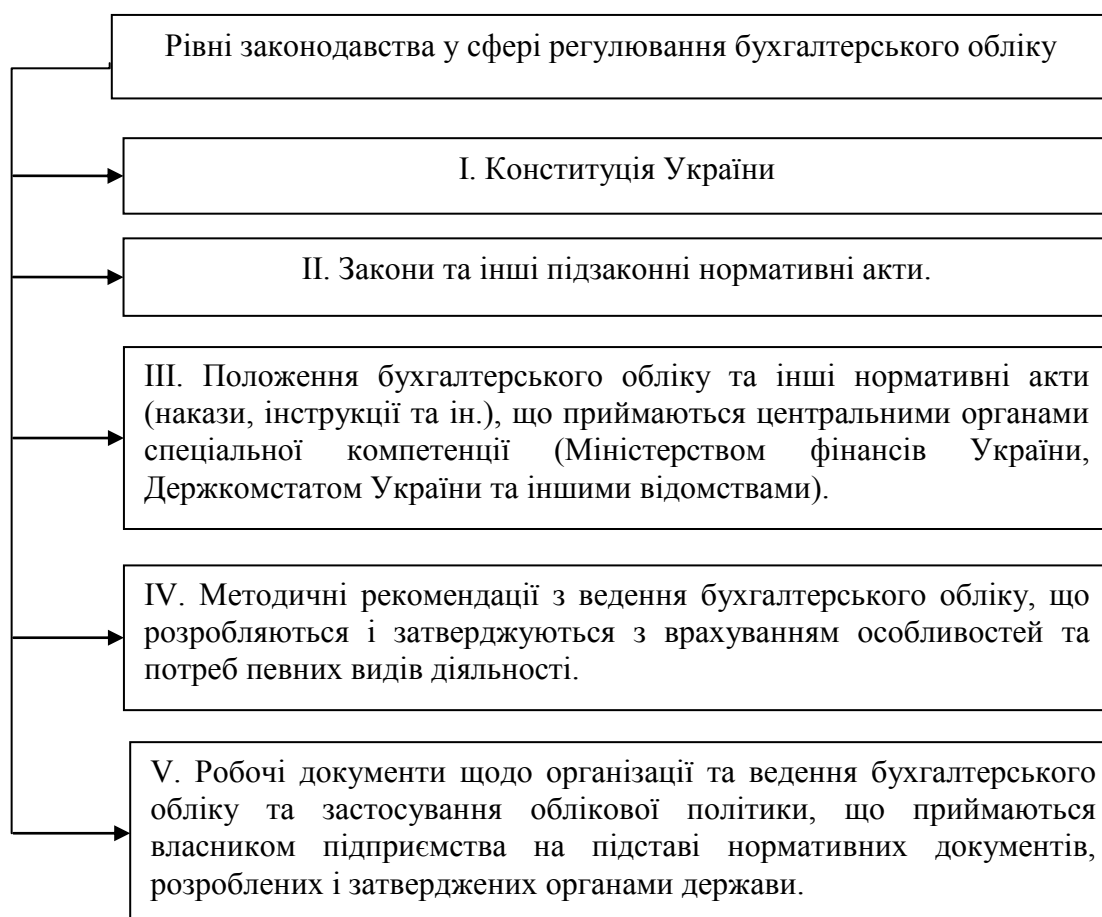


Рис. 1.3 Структура законодавства, що регулює бухгалтерський облік

Кожна галузь господарства має свої особливості щодо відображення тих чи інших операцій в бухгалтерському обліку. Це можуть бути не значні відмінності, але в них потрібно орієнтуватися і знати як правильно відобразити кожну господарську операцію на підприємстві.

В іншому випадку суб'єкт господарювання може нести відповідальність перед податковими органами, інвесторами та акціонерами, клієнтами та іншими суб'єктами, що так чи інакше пов'язані з підприємством [30, с. 227].

Процес документування чітко визначається на законодавчому рівні. Основними нормативно – правовими документами, які регулюють процес документування операцій з обліку, зокрема готової продукції наведені в таблиці (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Нормативно-правові документи щодо регулювання процесу
документування операцій з бухгалтерського обліку

№	Назва документу	Загальні положення
1	Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність» [32]	Визначає правові засади регулювання, організації та складання первинних облікових документів, реєстрів бухгалтерського обліку та фінансової звітності
2	Положення про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку [40]	Положення встановлює порядок створення, прийняття відображення, зберігання у бухгалтерському обліку первинних документів, облікових реєстрів, бухгалтерської звітності підприємствами незалежно від форм власності
3	Закон України «Про інформацію» [33]	Регулює відносини щодо створення, збирання, одержання, зберігання, використання, охорони, захисту інформації, основним носієм якої є документ

Відповідно до вимог законодавства критеріями юридичної доказовості документа слід визнати:

- мову, на якій складено документ;
- наявність матеріального носія, що забезпечує ідентифікацію та однозначне трактування наявної у ньому інформації;
- використання бланку типової, спеціалізованої чи самостійно виготовленої форми;
- наявність обов'язкових та додаткових реквізитів.

Тобто належно оформленим вважається документ, складений відповідно до вимог щодо мови, виду, форми матеріального носія та наявності всіх реквізитів.

Безпосередньо ведення обліку готової продукції та її реалізації регламентується наступною нормативною базою:

Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 р. № 996/XIV 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.

Підприємства при веденні бухгалтерського обліку повинні дотримуватися принципів його ведення, які передбачаються Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», зокрема, щодо бухгалтерського обліку:

- обачності – застосування в бухгалтерському обліку методів оцінки, які повинні запобігати заниженню оцінки зобов'язань та витрат і завищенню оцінки активів і доходів підприємства;

- повного висвітлення – фінансова звітність повинна містити всю інформацію про фактичні та потенційні наслідки господарських операцій та подій, здатних вплинути на рішення, що приймаються на її основі;

- нарахування та відповідності доходів і витрат – 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);

- історичної (фактичної) собівартості – пріоритетною є оцінка активів підприємства, виходячи з витрат на їх виробництво та придбання. Дані принципи є базовими, їх дотримання є беззаперечною умовою ведення бухгалтерського обліку.

Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси», затверджене наказом Мінфіну України від 20.10.1999 р. № 246 Це положення визначає методологічні засади формування в обліку інформації про запаси і розкриття їх у фінансовій звітності [36].

Запаси визначаються активом, якщо існує ймовірність того, що підприємство отримає в майбутньому економічні вигоди, пов'язані з їх

використанням, та їх вартість може бути достовірно визначена. Для цілей бухгалтерського обліку запаси включають:

– сировину, основні й допоміжні матеріали, комплектуючі вироби, та інші матеріальні цінності, що призначені для виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг, обслуговування виробництва й адміністративних потреб;

– готову продукцію, що виготовлена на підприємстві, призначена для продажу і відповідає технічним та якісним характеристикам, передбаченим договором або іншим нормативно – правовим актом.

Одиницею бухгалтерського обліку запасів є їх найменування або однорідна група (вид). Згідно з п. 10 П(С)БО – 9 первісною вартістю запасів що виготовляються власними силами підприємства, визначається собівартість їх виробництва, яка визначається за П(С)БО – 16 «Витрати».

Оцінюватись запаси в процесі їх вибуття можуть по різному. У п. 16 П(С)БО – 9 наведені такі прийоми оцінки (рис.1.4).

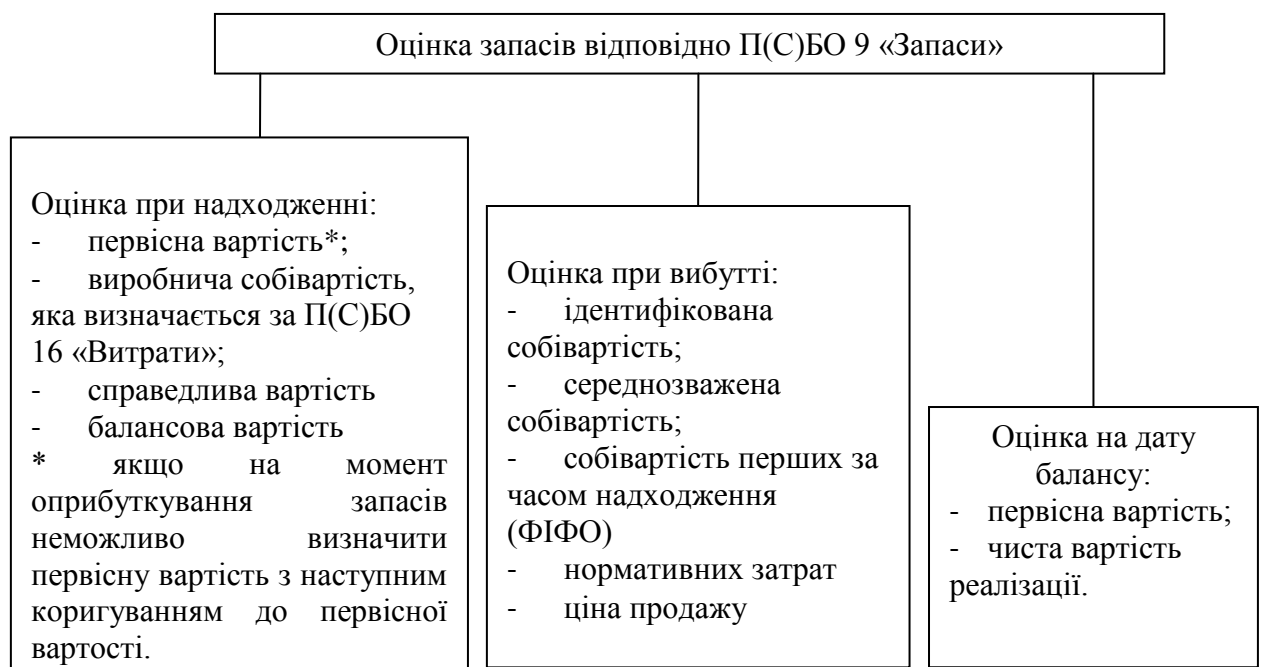


Рис 1.4 Оцінка запасів відповідно до П(С)БО 9 «Запаси»

Вибуття запасів здійснюється внаслідок відпуску у виробництво,

реалізації, безоплатної передачі тощо. Методи оцінки вибуття запасів представлено у таблиці 1.3.

Таблиця 1.3

Методи оцінки вибуття запасів

Назва методу вибуття запасів	Характеристика методу вибуття запасів
Ідентифікована собівартість відповідної одиниці запасів	Для запасів, які відпускаються, та послуг, що виконуються для спеціальних замовлень і проектів, також для запасів, які не замінюють один одного.
Середньозважена собівартість	Оцінка проводиться по кожній одиниці запасів діленням сумарної вартості залишку таких запасів на початок звітного місяця і вартості одержаних у звітному місяці запасів на сумарну кількість запасів на початок звітного місяця і одержаних у звітному місяці запасів.
ФІФО	Оцінка базується на припущенні, що запаси використовуються в тій послідовності, в якій вони надходили на підприємство, тобто запаси, які першими відпускаються у виробництво (продаж та інше вибуття), оцінюються за собівартістю перших за часом надходження запасів.
Нормативні Затрати	Оцінка полягає у застосуванні норм витрат на одиницю продукції (робіт, послуг), які встановлені підприємством з урахуванням нормальних рівнів використання запасів, праці, виробничих потужностей і діючих цін. Для забезпечення максимального наближення нормативних затрат до фактичних норм затрат і ціни повинні регулярно у нормативній базі перевірятися і переглядатися. Оцінка продукції за нормативними затратами коригується до фактичної виробничої собівартості
Ціна продажу	Оцінка заснована на застосуванні підприємствами роздрібною торгівлі середнього відсотка торговельної націнки товарів. Метод можуть застосовувати підприємства, які мають значну і змінну номенклатуру товарів з приблизно однаковим рівнем торговельної націнки. Собівартість реалізованих товарів = Продажна (роздрібна) вартість реалізованих товарів – Сума торговельної націнки на реалізовані товари. Сума торговельної націнки на реалізовані товари = Продажна (роздрібна) вартість реалізованих товарів.

Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Доходи» затверджене наказом Міністерства фінансів України від 29 листопада 1999 р. № 290. Цим положенням (стандартом) визначаються методологічні принципи формування в бухгалтерському обліку інформації про доходи підприємства

та її розкритті у фінансовій звітності [37].

Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» затверджене наказом Міністерства фінансів України від 31 грудня 1999 р. № 318. Цим положенням (стандартом) визначаються методологічні принципи формування в бухгалтерському обліку інформації про витрати підприємства та її розкритті у фінансовій звітності [38].

Складники виробничої собівартості продукції відповідно до П(С)БО 16 «Витрати» представлено на рисунку 1.5.

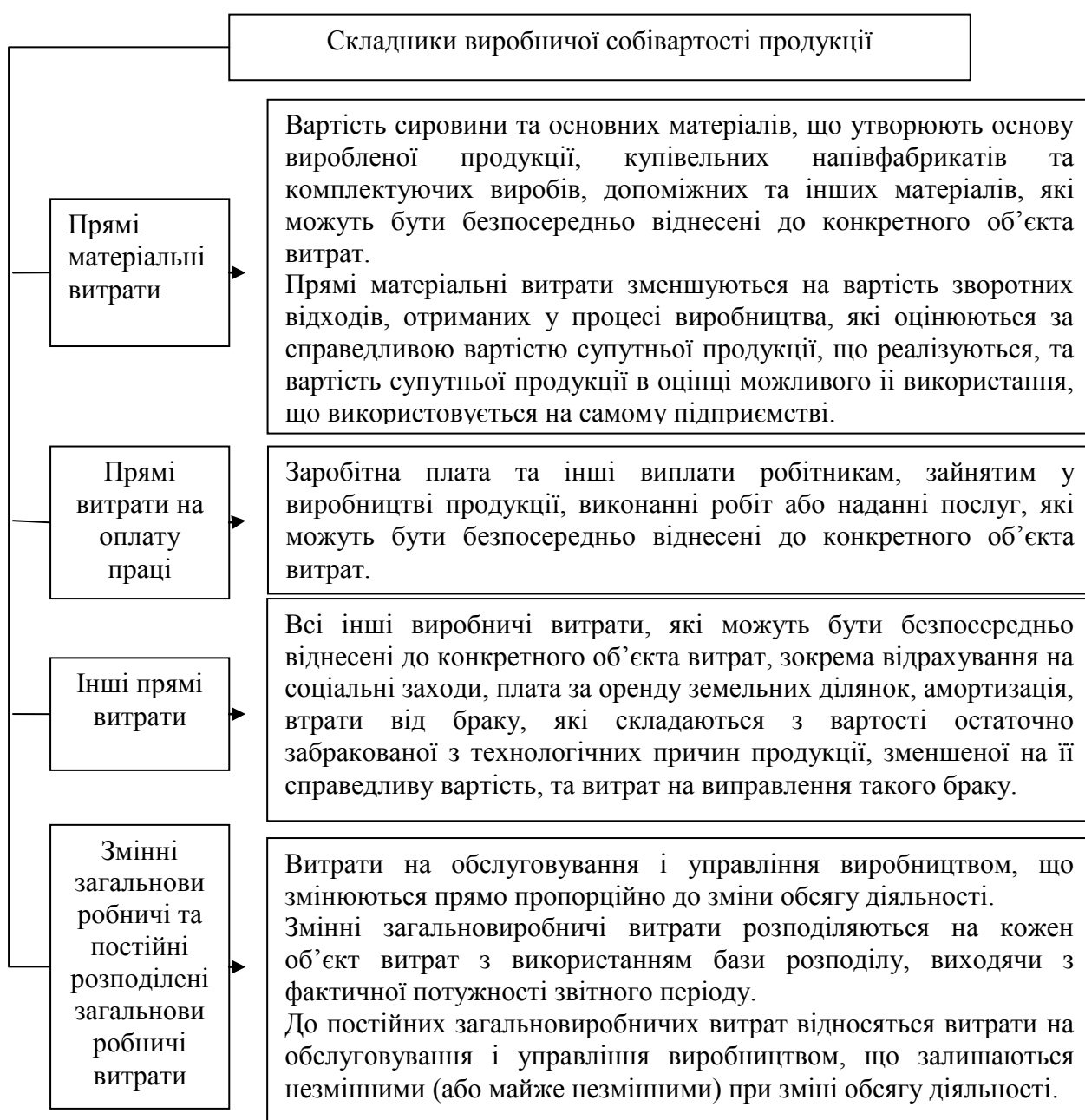


Рис. 1.5 Складники виробничої собівартості продукції

При веденні бухгалтерського обліку на підприємстві необхідно дотримуватись правил віднесення статей витрат до собівартості виробництва та реалізації робіт для виключення появи проблем, що стосуються оподаткування, невірного визначення вартості робіт тощо.

Порівняльна характеристика собівартості згідно ПКУ та П(С)БО 16 «Витрати» наведена у табл.1.4

Таблиця 1.4

Порівняльна характеристика собівартості за ПКУ та П(С)БО 16

№	Витрати, що включаються до собівартості виконаних та реалізованих робіт	П(С)БО 16	ПКУ (до 07.07.11 р.)	ПКУ (після 07.07.11 р.)
1	Прямі матеріальні витрати	+	+	+
2	Прямі витрати на оплату праці	+	+	+
3	Інші прямі витрати (амортизація основних засобів, нематеріальних активів, вартість придбаних послуг)	+	+	+
4	Змінні загальновиробничі витрати	+	-	+
5	Постійні загальновиробничі витрати	+	-	+

Згідно з П(С)БО 16, до складу собівартості входять витрати від браку, що складаються із повністю забракованої по технологічним причинам продукції (ст. 14), а в податковому обліку фактична вартість остаточно забракованої продукції не включається до складу витрат платника податку, крім втрат від браку, які складаються з вартості остаточно забракованої з технологічних причин продукції (виробів, напівфабрикатів) та витрат на виправлення такого технічно неминучого браку, в разі реалізації такої продукції.

Платник податку має право самостійно визначати допустимі норми технічно неминучого браку в наказі по підприємству за умови обґрунтування його розміру.

Такі самостійно встановлені платником податку норми діють до встановлення таких норм центральними органами виконавчої влади у відповідній сфері.

План рахунків обліку активів, капіталу, зобов'язань та господарських операцій підприємств та організацій, затверджений наказом Мінфіну України від 30.11.1999 р. № 291 [39].

Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку, активів капіталу, зобов'язань та господарських операцій підприємств та організацій, затверджена наказом Мінфіну України від 30.11.1999 р. №291 [22].

Інструкція по бухгалтерському обліку податку на додану вартість, затверджена наказом Міністерства фінансів України № 141 від 01.07.97 р. (зі змінами та доповненнями) [23].

Наказ Міністерства Статистики України «Про затвердження типових форм первинних облікових документів з обліку сировини та матеріалів» від 21.06.1996 р. № 193. Цей Наказ визначає основні вимоги щодо виконання заходів по реалізації державної програми переходу України на міжнародну систему обліку і статистики. В ньому зазначаються первинні документи, які необхідні для переміщення, відвантаження готової продукції на підприємстві та їх суть, а це акти (акт приймання матеріалів), картки (складського обліку, лімітно-забірні), накладні та інші документи [34].

Розглянувши законодавчу базу в частині обліку готової продукції та її реалізації, встановлено, що всі перераховані нормативно – правові акти мають на меті організувати і допомогти у веденні бухгалтерського обліку.

На підставі проведеного дослідження в роботі запропоновано класифікацію запасів виробничого підприємства (рис.1.6).



Рис. 1.6 Класифікація запасів виробничого підприємства

Відповідно до наведеної схеми до складу запасів виробничого підприємства поряд із запасами для подальшого продажу та запасами, необхідними для виробництва, входить і сама готова продукція підприємства. Це пояснюється тим, що в процесі своєї господарської діяльності підприємство отримує одну частину запасів для подальшої реалізації дебіторам без використання її у виробничому процесі, а другу частину запасів переробляє безпосередньо на готову продукцію, яка після завершення виробничого циклу надходить на склад підприємства, тобто стає запасом підприємства, призначеним для подальшої реалізації.

У поточному обліку готову продукцію оцінюють за обліковими цінами (середньорічною плановою собівартістю, договірними або оптовими цінами або за фактичною виробничою собівартістю). Оцінка продукції за обліковими цінами дає змогу вести постійний поточний облік незалежно від калькуляції фактичної собівартості. Для обліку готової продукції доцільне застосування облікових цін (планової собівартості) на великих виробничих підприємствах, які здійснюють масовий випуск продукції широкого асортименту.

При цьому готову продукцію оцінюють за середньорічною плановою собівартістю, а відхилення планової собівартості від фактичної обліковують окремо. На кінець місяця ці відхилення розподіляють між залишками нереалізованої продукції і реалізованими виробами.

1.3 Методичне забезпечення аналізу руху та реалізації готової продукції

Основним показником, що характеризує діяльність будь-якого підприємства, є обсяг виробленої і реалізованої ним продукції (робіт, послуг).

Від величини цього показника залежить не тільки ступінь задоволення попиту населення, але й результати діяльності самого підприємства, такі як собівартість, прибуток і рентабельність.

Бухгалтерський облік повинен забезпечити дані не лише про обсяг продукції та доходів від їх реалізації, але й асортимент продукції, масштаби продажу, ціни, собівартість, витрати на збут, канали збуту тощо. Бухгалтер повинен створити інформаційну систему для забезпечення істотних даних для управління рухом продукції [24, с.33].

Ефективність роботи з обліку та аналізу реалізації готової продукції значно підвищується завдяки засобам інформації та автоматизації документообігу, що дають змогу накопичувати відповідні бази даних про наслідки господарської діяльності та використовувати їх для формування, редагування та друку вихідних документів, квартальних, піврічних і річних звітів, надати інформаційні послуги відповідним організаціям, ланкам управління щодо ефективності роботи, підвищити ефективність праці бухгалтерів та аналітиків.

Метою аналізу реалізації готової продукції є обґрунтування управлінських рішень, спрямованих на збільшення обсягів продажу, зміцнення конкурентних позицій підприємства на ринку, розширення його частки, в результаті чого зростають фінансові результати [21, с. 114].

Існують наступні основні джерела інформації для вирішення поставлених завдань представлені в табл. 1.5.

Таблиця 1.5

Інформаційна база для аналізу руху та реалізації готової продукції

№	Група	Джерела інформації
1	2	3
1	Первинні документи	Акт приймання, акт про брак, відомість випуску готової продукції, накладна на здачу готової продукції на склад, прибутково-видаткова накладна, приймально – здавальні документи, рахунок – фактура, свідоцтво про якість товару, сертифікат відповідності державній системі сертифікації, товарно – транспортна накладна

Продовження табл. 1.5

1	2	3
2	Дані рахунків бухгалтерського обліку	23 «Виробництво», 26 «Готова продукція», 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками», 90 «Собівартість реалізації» та інші
3	Облікові реєстри	Журнал 5,5А
4	Фінансова звітність	Ф.№1 «Баланс», ф.№2 «Звіт про фінансові результати», ф.№5 «Примітки до річної фінансової звітності»
5	Статистична звітність	Ф.№1 – підприємство «Звіт про основні показники діяльності підприємства», ф.№1 – Б «Звіт про фінансові результати і дебіторську та кредиторську заборгованість», ф.№ 1 – П (термінова) «Терміновий звіт про виробництво промислової продукції (робіт, послуг)», ф.№ 1 – послуги «Звіт про обсяги реалізованих послуг»
6	Інші джерела	Рапорти про випуск продукції, здачу готової продукції, дані про прості обладнання, журнал техніко – економічних показників роботи цеху, робочі наряди, дані про якість продукції, планові матеріали відповідного відділу, результати попередніх аналітичних досліджень

Перераховані джерела інформації використовуються для проведення ретроспективного аналізу. Оперативний аналіз проводиться за даними первинного обліку (за інформацією на рахунках 23, 26, 36, 90). Прогнозний аналіз виробництва та реалізації продукції застосовується при оцінці відповідних альтернативних управлінських рішень.

Зміст та якість інформації мають першочергове значення у забезпеченості точності та ефективності проведення аналізу випуску готової продукції. Під час відбору конкретних показників інформаційної бази аналізу необхідно врахувати зовнішні та внутрішні джерела.

Система інформаційного забезпечення – це основа для проведення аналізу та прогнозування умов зовнішнього середовища підприємства при прийнятті стратегічних рішень [12, с. 44].

Для конкретизації існуючих методик управління готовою продукцією підприємства доцільно виділити структурні елементи його аналізу та оцінки, тобто скласти структурно – логічну схему (рис. 1.7).



Рис. 1.7 Структурно-логічна схема аналізу готової продукції підприємства

Проаналізувавши існуючі підходи до системи аналізу готової продукції, доцільно виділити такі складові:

- фактори впливу на готову продукцію;
- оцінка готової продукції;
- визначення фінансової стратегії підприємства.

Особливості управління виробництвом готової продукції відображає модель взаємозв'язку процесів виготовлення готової продукції та управління підприємством (рис. 1.8).

З метою планування та обліку продукція може вимірюватися в натуральному (одиницях фізичних величин) і вартісному (у грошових одиницях) вираженні.

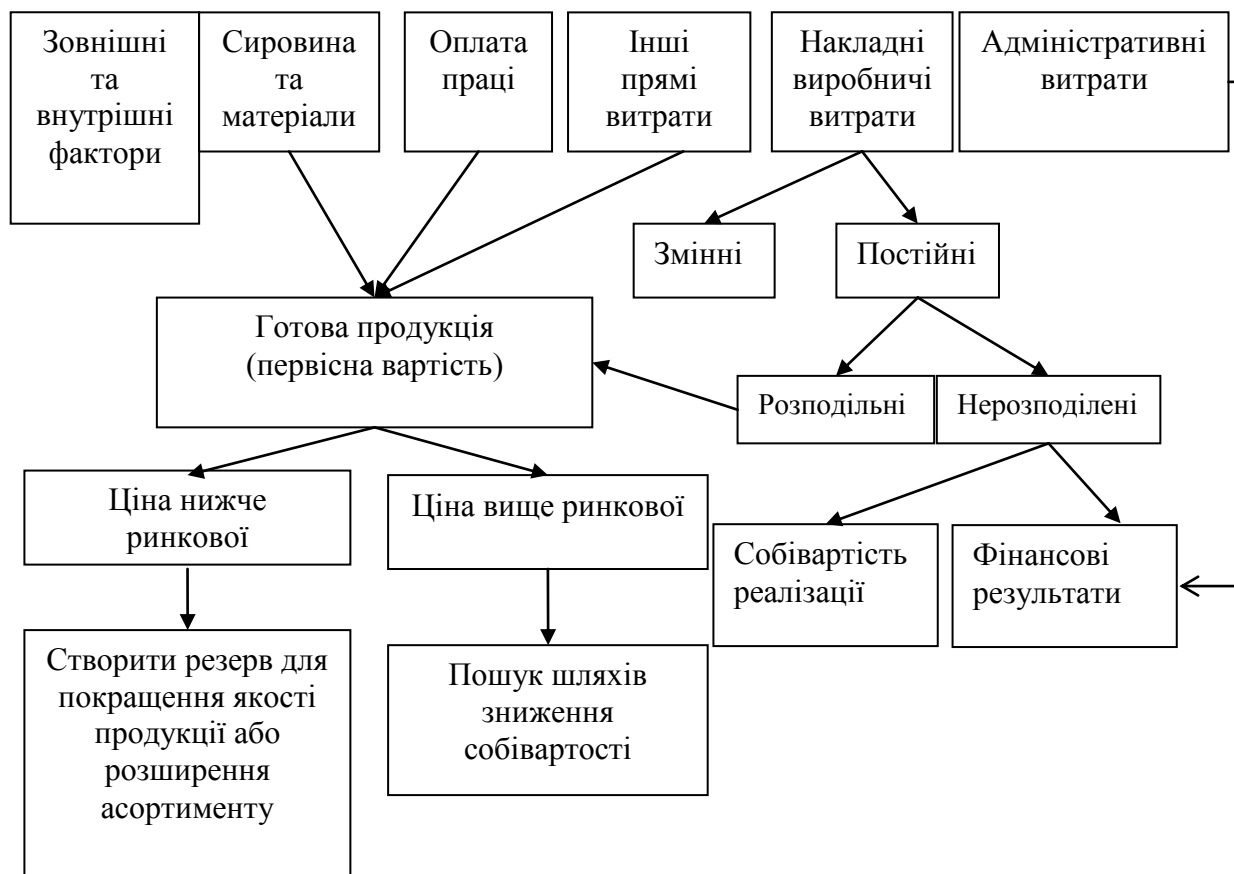


Рис. 1.8 Модель взаємозв'язку процесів виготовлення готової продукції та управління підприємством

Вимірниками обсягу продукції в натуральному вираженні є:

- фізичні одиниці (штуки, тони, метри, квадратні метри та інші);
- умовно-натуральні одиниці (тисячі умовних банок, умовні листи шиферу та інші).

Обсяг продукції у вартісному вираженні визначається різними показниками (табл. 1.6).

Підприємства виробляють продукцію у відповідності із заключними договорами, розробленими плановими завданнями з асортименту, кількості і якості.

Керівник підприємства, в першу чергу, повинен приділяти увагу питанням збільшення обсягу виготовленої продукції, розширення її асортименту і покращення якості, вивчаючи потреби ринку [48].

Таблиця 1.6

Показники визначення обсягу продукції у вартісному вираженні

№	Показник	Характеристика
1	Товарна продукція	Вартість всієї продукції, виробленої підприємством і призначеної для реалізації на сторону або для власних невиробничих потреб
2	Валова продукція	Сумарний обсяг у вартісному вираженні закінчених і незакінчених промислових виробів та робіт, призначених для реалізації, включно з товарною продукцією, залишками незавершеного виробництва, інструментами та технологічним оснащенням власного виробництва
3	Чиста продукція	Показник обсягу виробництва підприємства в грошовому еквіваленті за певний період часу, що характеризує вартість новоствореного продукту. Вона визначається вирахуванням з обсягу валової продукції матеріальних витрат і суми амортизаційних відрахувань
4	Реалізована продукція	Вартість відвантаженої продукції, яка у вигляді платежу надійшла на рахунки підприємства.

У процесі аналізу виробничої діяльності підприємства необхідно розглянути такі питання:

- оцінка ступеня виконання плану і динаміки виробництва та реалізації продукції, робіт і послуг;
- оцінка впливу основних факторів, що впливають на загальний обсяг виробництва та реалізації протягом останнього років і у звітному періоді;
- вивчення взаємозв'язку і взаємообумовленості показників обсягів виробництва, реалізації, асортименту, якості продукції;
- визначення внутрішньогосподарських резервів росту обсягів випуску продукції і реалізації, а також розробка заходів щодо їхнього використання;
- розробка управлінських рішень для забезпечення ефективної роботи суб'єкту господарювання.

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. 1.9).

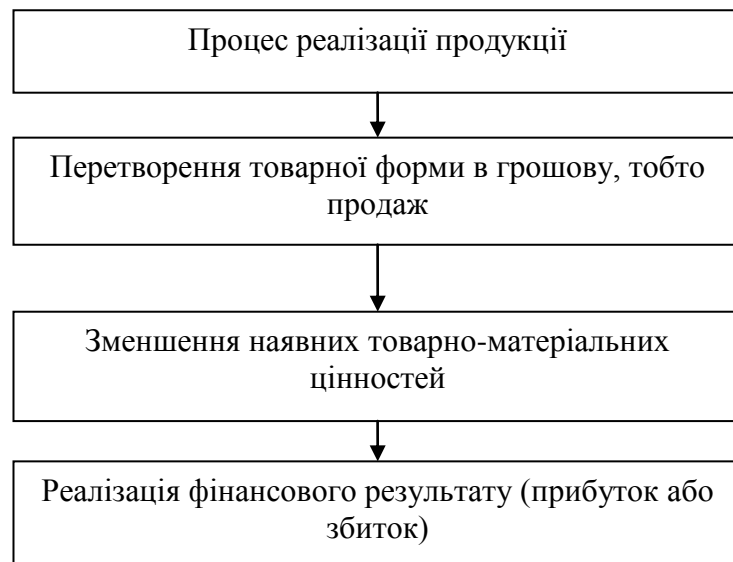


Рис. 1.9 Схема реалізації (збуту) готової продукції

Збут займає відповідне місце в інформаційному середовищі та обліковій системі підприємства. Для глибшого розуміння місця збуту в інформаційному середовищі та обліковій системі підприємства, наведено таку схему (рис. 1.10).



Рис. 1.10 Інформаційне середовище та облікова система процесу збуту на підприємстві

На даній схемі подано процес збуту у взаємозв'язку з різними чинниками, які суттєво впливають на політику підприємства, та від яких залежить загальний успіх його господарсько-фінансової діяльності.

Аналіз випуску товарної продукції передбачає:

- загальну оцінку виконання плану;
- оцінку впливу факторів на його величину;
- аналіз ритмічності, якості продукції;
- виконання плану з номенклатури і асортименту;
- виявлення резервів та розробка заходів щодо їх впровадження [45, с. 58]

Аналіз реалізації продукції передбачає визначення частки ринку і тенденції її зміни за декілька останніх років, загального обсягу реалізації і впливу на нього факторів, оцінку ринків збуту, в тому числі в динаміці, аналіз експортної продукції, аналіз виконання договірних зобов'язань.

Аналіз виконання плану з реалізації продукції здійснюється методом порівняння. Оцінюється вплив цін і фізичного обсягу реалізації на динаміку виручки від реалізації.

При аналізі чинників, що впливають на зміну обсягу реалізації досліджується структура реалізованої продукції. Визначається питома вага основної (профільної) продукції підприємства, продукції непромислових господарств. Якщо частка основної продукції невисока, це свідчить про необхідність переходу на випуск нової продукції, перепрофілювання підприємства.

Оцінка впливу чинників на зміну обсягу реалізації порівняно з планом або з яким – небудь періодом здійснюється з використанням методу балансової ув'язки. При цьому приріст реалізованої продукції подають у вигляді функції таких чинників (формула 1.1):

$$\Delta PП = \Delta ПП + (\Delta ПП_n - \Delta ПП_k) + (\Delta ТО_n - \Delta ТО_k), \quad (1.1)$$

де $\Delta\Pi$ – зміна виробництва товарної продукції, грн;

$\Delta\Pi_n \Delta\Pi_k$ – зміна залишків готової продукції на складі відповідно на початок і кінець аналізованого періоду, грн;

$\Delta TO_n \Delta TO_k$ – зміна залишків продукції відвантаженою, але неоплаченою (дебіторської заборгованості) відповідно на початок і кінець аналізованого періоду, грн.

Для зіставлення всі чинники моделі перераховують у відпускних цінах. Оскільки в бухгалтерському обліку готова (товарна) і відвантажена продукція показується за собівартістю, для їх переведення в базові ціни використовують коефіцієнт перерахунку – $K_{\text{пер}}$, що розраховується як відношення виручки від реалізації продукції у відпускних цінах до собівартості реалізованої продукції [10, с. 219].

Узагальнюючи проведені розрахунки, можна зробити висновок, що на обсяг реалізованої продукції впливають різні фактори, серед яких:

а) група виробничих факторів:

- 1) рівень виконання плану виробництва товарної продукції;
- 2) якість продукції;
- 3) асортиментно-структурні зрушення у випуску продукції;
- 4) ритмічність випуску продукції.

б) фактори, пов'язані з роботою відділу збуту і складів:

- 1) рівень забезпеченості кадрами, устаткуванням і відповідними складськими приміщеннями;
- 2) загальний рівень організації роботи з маркетингу (в тому числі її ритмічність);
- 3) величина портфеля замовлень;
- 4) стан і комплектність залишків готової продукції на складі;
- 5) забезпеченість тарою та упаковкою;
- 6) наявність договорів на поставку і дотримання їх умов при відвантаженні продукції покупцям;

7) дотримання умов співпраці з транспортними установами.

в) фактори, пов'язані з транспортуванням продукції:

1) відповідність кількості й видів транспортних засобів потребам підприємства (зроблених замовлень і договірних домовленостей);

2) ритмічність подачі транспортних засобів;

3) придатність наданих транспортних засобів для завантаження відповідних видів продукції;

4) дотримання термінів перевезень та інших договірних умов.

г) фактори, пов'язані з роботою фінансового та інших підрозділів підприємства:

1) вибір форм розрахунків з покупцями;

2) своєчасність і якість оформлення платіжних документів, а також стан контролю за їх сплатою;

3) вивчення платоспроможної здатності покупців і можливих форм співпраці з ними;

4) своєчасність та якість оформлення санкцій за порушення зобов'язань по сплаті боргів покупцями та іншими установами.

д) інші фактори:

1) терміни документообігу, якість опрацювання документів в установах банку;

2) зміна цін і кон'юнктури ринку, рішення арбітражних судів щодо позовів;

3) зміни митних правил і загального законодавства тощо.

Завершуючи аналіз показників виробництва і реалізації продукції, необхідно визначити резерви і здійснити підрахунок їх величин.

2 МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОБЛІКУ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ТОВ «ПАРАДІЗ»

2.1 Організаційно-економічна характеристика підприємства

Приватне підприємство ТОВ «Парадіз» засноване 18 лютого 2003 року фізичними особами шляхом добровільного об'єднання майна, майнових та особистих немайнових прав учасників для здійснення фінансово – господарської діяльності підприємства та отримання прибутку. Зареєстрований капітал підприємства складає 100 тис. грн і протягом всього терміну існування підприємства не змінювався.

Статут підприємства є основним організаційно-регламентаційним документом, де вказані загальні дані про підприємство (найменування, вигляд, власники, місцезнаходження, мета, предмет діяльності, органи управління ним, умови реорганізації, ліквідації).

Також підприємство в своїй діяльності керується певними нормативними актами, до яких відносяться законодавчі акти, які регулюють діяльність підприємства, що аналізується:

Мета створення підприємства – отримання прибутку, досягнення цілей виробництва, торгівельної та посередницької діяльності, виконання робіт та надання послуг, здійснення зовнішньоекономічної діяльності.

Основні види діяльності:

- виробництво постільної білизни;
- виробництво домашнього текстилю;
- виробництво святкової та сувенірної продукції;
- посередницька діяльність у торгівлі текстильними виробами, одягом, хутром, взуттям і шкіряними виробами;
- зовнішньоекономічна та зовнішньоторговельна діяльність.

У підприємства є виробничі корпуси, які задовольняють умовам технологічного процесу, існують внутрішні транспортні комунікації.

Наведемо узагальнюючу організаційну структуру підприємства (рис. 2.1).

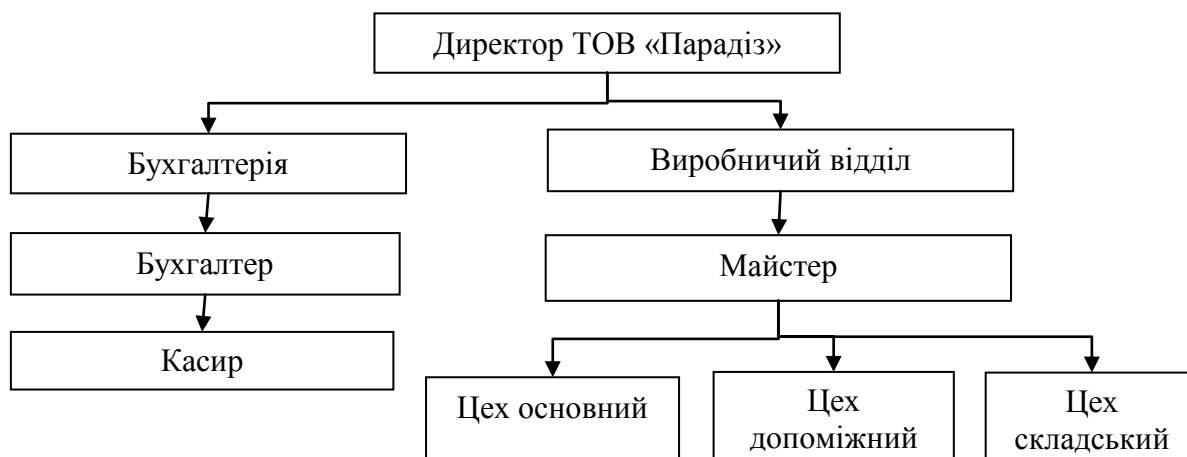


Рис. 2.1 Організаційна структура ТОВ «Парадіз»

Виробнича структура підприємства є основою для правильної організації управлінського обліку на підприємстві. Масштаб виробництва, складність технологічних процесів впливають на побудову виробничої структури підприємства (рис. 2.2).

ТОВ «Парадіз» за 2016 – 2018 рр. збільшило обсяги продажу з наступними областями: Харківська; Дніпропетровська; Полтавська.

Структура реалізації представлена в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Структура реалізації продукції ТОВ «Парадіз» протягом
2016 – 2018рр.,%

Напрямок реалізації	Рік		
	2016	2017	2018
Запорізька обл.	89	74	69
Інші області	11	26	31

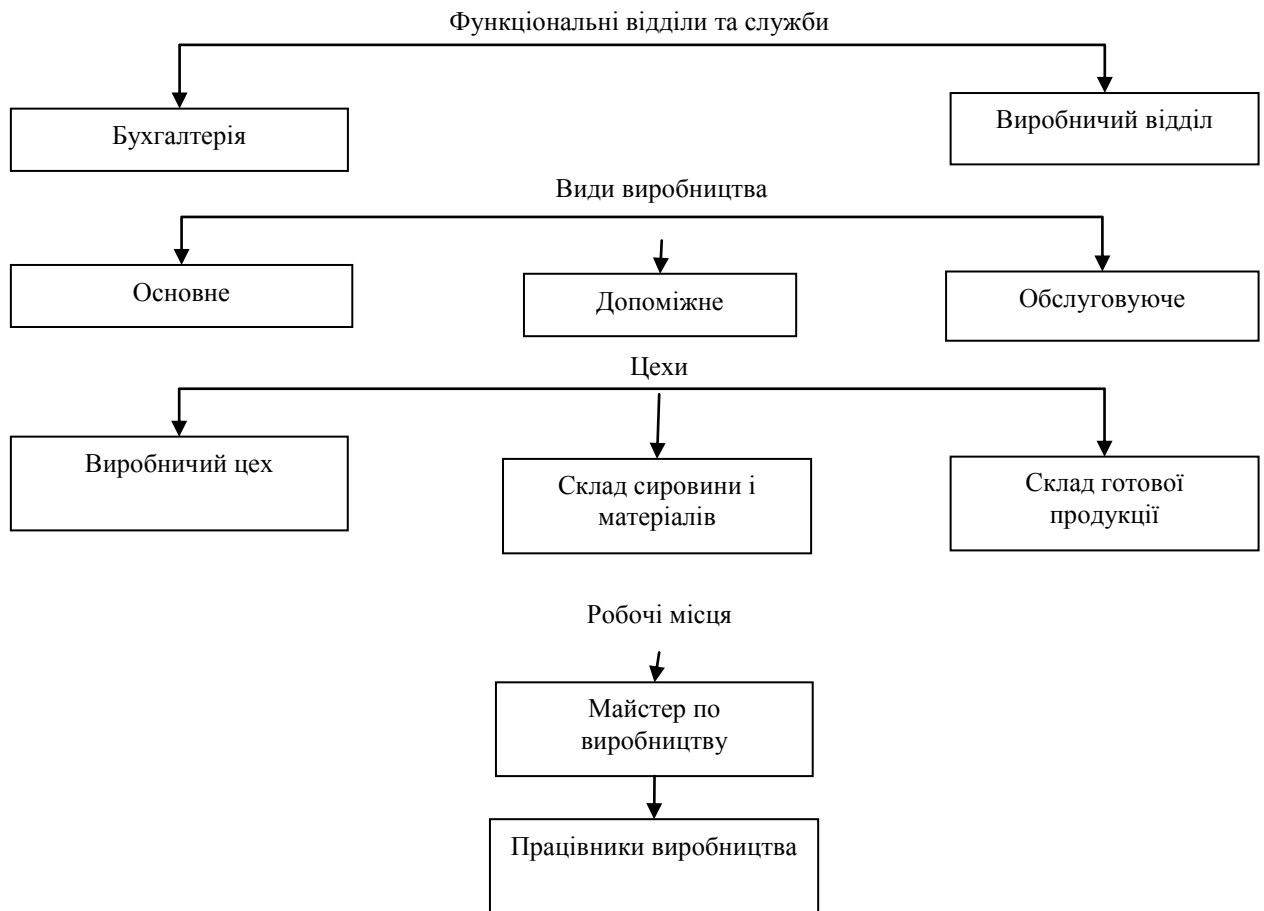


Рис. 2.2 Виробнича структура ТОВ «Парадіз»

За даними 2016 – 2018 років структура реалізації продукції ТОВ «Парадіз» досить змінилася.

Якщо у 2016 році 89 % продукції реалізовувалось на внутрішньому ринку Запорізької області, і лише 11 % відправлялося в інші області, то у 2016 році ситуація складається так, що майже третя частина продукції реалізовується за межами Запорізької області – 31 %.

Відстежимо динаміку зміни фінансового стану підприємства на основі порівняння темпів зростання основних показників його діяльності – чистого прибутку, чистого доходу, власного капіталу та валюти балансу. Їх оптимальне співвідношення регламентується так званим «золотим правилом економіки», додержання якого забезпечує стабільний розвиток підприємства і ефективне функціонування.

Як видно з табл. 2.2, «золоте правило економіки» досліджуваним підприємством виконується. Серед усіх показників зростання спостерігалось лише за обсягами власного капіталу, який за весь період, що досліджується зріс в 1,9 рази.

При цьому основна частина цього зростання зумовлена різким приростом чистого прибутку і, відповідно, власного капіталу за рахунок його реінвестування у 2016 році. За 2018 рік власний капітал зріс лише на 3,3%.

Таблиця 2.2

Показники «золотого правила економіки» ТОВ «Парадіз»

Показники	Сума за період , тис. грн.					Темп зростання, %		
	2014р.	2015р.	2016р.	2017р.	2018р.	2018 до 2015р.	2018 до 2018р.	2018 до 2017р.
Чистий прибуток	28,5	30. 0	38,1	39,2	39,8	130,7	104,5	101,5
Чистий дохід від реалізації	100664,1	130263,6	130375,1	130672,9	138393,0	106,3	106,2	105,9
Власний капітал	49,6	48,6	52,4	92,0	95,0	191,5	181,3	103,3
Валюта балансу	4713,7	5437,7	5664,7	5847,0	5884,0	108,2	103,9	100,6

Економічна зміни не позначилася на динаміці чистого прибутку підприємства. За підсумками 2018 року обсяги чистого прибутку зросли на 30,7% порівняно з відповідним періодом 2016 року, на 1,5% – порівняно з 2017 роком.

В цілому за 2018 рік підприємство спрацювало ефективно і не втратило свій чистий прибуток, отриманий в попередньому періоді.

Чистий прибуток 2018 року становив 39 тис. грн., що на 0,6 тис. грн. більше, ніж у 2017 році та на 2,2 тис. грн. більше, ніж середній обсяг в періоді, що досліджується. Одним з факторів формування динаміки чистого прибутку стало збільшення чистого доходу від реалізації. У 2018 році обсяг чистого доходу від реалізації становив 138393 тис. грн., що на 7720,1 тис. грн. або 5,9% більше, ніж в попередньому періоді. Порівняно з 2014 роком він зріс на 38%, а з 2016 роком – на 6,1%.

Валюта балансу підприємства збільшилася: на 8,2% та 3,9% порівняно з обсягами на кінець 2014 та 2015 року відповідно. Тільки за 2018 рік підприємство отримало 0,6% вартості свого майна.

Зіставленні темпів зростання цих показників дозволяє зробити висновок, що в цілому за період, що досліджується, а також у 2018 році на підприємстві спостерігалось:

- збільшення рентабельності продажів, власного капіталу і активів;
- уповільнення оборотності власного капіталу при зростанні оборотності активів;
- зростання рівня фінансової незалежності.

При цьому ці тенденції в цілому були характерні і для підсумків роботи за останні роки в цілому (з 2016 року до кінця 2018 року), хоча в цей період відбулося зростання рентабельності активів. Про це свідчить більші темпи зростання чистого прибутку порівняно із темпами зростання валюти балансу.

Для покращення фінансового стану підприємства необхідно вжити заходів щодо покращення типу фінансової стійкості підприємства, насамперед, за рахунок підвищення обсягів власного оборотного капіталу, що відповідно передбачає усуненні дисбалансу в обсягах власного капіталу підприємства, необоротних активів та запасів і витрат. Це, зокрема, в умовах відсутності можливості поповнення власного капіталу за рахунок додаткових внесків може передбачати звуження масштабів діяльності із відповідним зменшенням обсягів запасів товарів та вивільнення коштів за рахунок реалізації основних фондів, від утримання яких вимушене буде відмовитися підприємство.

В таблиці 2.3 наведені значення коефіцієнтів, що характеризують різні сторони фінансового стану ТОВ «Парадіз» за 2014-18 рр.

Індекс постійного активу підприємства в динаміці демонструє поступове нарощення питомої ваги необоротних активів в валюті балансу: з 13,7% у 2014 році до 18,9% у 2018 р.

Таблиця 2.3

Показники фінансового стану ТОВ «Парадіз»

Показник	2014р.	2015р.	2016р.	2017р.	2018р.	В середньому
1	2	3	4	5	6	7
Індекс постійного активу	0,13709	0,12588	0,13461	0,15455	0,18898	0,14822
Коефіцієнт зносу основних засобів	0,30448	0,30257	0,33696	0,38486	0,43277	0,35233
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,00821	0,01455	0,04056	0,00135	0,00667	0,01427
Коефіцієнт проміжного покриття	0,39527	0,44352	0,51474	0,45195	0,27658	0,41641
Коефіцієнт покриття	1,11010	0,97384	1,13679	1,14859	1,23578	1,12102
Коефіцієнт автономії	0,01052	0,00894	0,00925	0,01823	0,02446	0,01428
Коефіцієнт фінансування	94,03427	110,88683	107,10496	53,85870	39,88421	81,15379
Коефіцієнт фінансового важеля	28,82056	18,24691	34,77863	14,55435	14,86316	22,25272
Коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів	0,69955	0,57307	0,71335	0,92606	0,87819	0,75804
Коефіцієнт трансформації	2,13550	2,39561	1,94840	2,57735	2,55896	2,32316
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	202,94556	268,03704	210,63168	141,39022	104,62105	185,5251
Фондовіддача	15,62089	19,11180	14,49770	16,67679	13,54087	15,88961
Рентабельність сукупних активів	0,00458	0,00257	0,00362	0,00941	0,00566	0,00517
Рентабельність власного капіталу	0,17137	0,08230	0,07252	0,42609	0,03158	0,15677
Чиста рентабельність продажів	0,00084	0,00031	0,00034	0,00301	0,00030	0,00096
Рентабельність продукції	0,10726	0,09748	0,10971	0,10978	0,12738	0,11032

Підприємство проводить досить ефективну політику щодо формування основних засобів, що виражається у відносно низькому рівні їх зношеності – в середньому на рівні 35,2%.

Досить низьким є рівень ліквідності і поточної платоспроможності ТОВ «Парадіз». Так, за рахунок наявних грошових коштів підприємство в середньому може погасити лише 1,4% своїх поточних зобов'язань.

Найнижчий рівень коефіцієнта абсолютної ліквідності сформовано на кінець 2018 року, коли на кожну гривню поточних зобов'язань припадає лише 0,6 коп. грошових активів. За умови погашення дебіторами своїх зобов'язань підприємство в середньому може погасити тільки 41,6% поточних зобов'язань, а в 2018 році у зв'язку із зменшенням продажів з

відстрочкою – лише 27,6%. Підприємство має можливість погасити свої поточні зобов'язання за рахунок всіх своїх оборотних активів, що свідчить про наявність у нього чистого оборотного капіталу. В середньому оборотні активи перевищують короткострокову заборгованість в 1,12 рази, а станом на кінець 2018 року – на 23,6%. Це є достатнім, але досить низьким рівнем забезпеченості короткострокових зобов'язань оборотними активами.

Як вже згадувалося, підприємство має вкрай низький рівень фінансової автономії – в межах 1–2%, при нормативному рівні 50%. З огляду на низький рівень власного капіталу в структурі джерел фінансування діяльності ТОВ «Парадіз», не відповідає нормативним вимогам також значення коефіцієнту фінансування, який характеризує співвідношення зобов'язань та власного капіталу. В середньому він становив 81,15. Якщо в 2014 році на 1 грн. власного капіталу припадало 94,03 грн. зобов'язань, в тому числі 28,82 грн. довгострокових та короткострокових кредитів, то у 2018 році зобов'язання вже в 39,88 перевищували власний капітал.

Позиковий капітал підприємства представлений як довгостроковими, так і короткостроковими кредитами. При цьому частка довгострокових кредитів в структурі позикового капіталу поступово зростала в наслідок їх додаткового залучення і склала на кінець 2018 року 87,8%.

Аналіз показників оборотності і рентабельності вказує на в цілому ефективне використання фінансових ресурсів підприємством протягом досліджуваного періоду при формуванні тенденції до погіршення в умовах фінансової кризи в наслідок скорочення чистого походу від реалізації.

В середньому кожна гривня фінансових ресурсів, залучених для фінансування діяльності підприємства, приносила щороку 2,32 грн. чистого доходу. Рівень віддачі вкладеного капіталу зріс з 2,13 у 2014 році до 2,55 у 2018 році.

В той же час кількість обертів, здійснюваних кожною грошовою одиницею власного капіталу підприємства, скоротилася з 203 у 2014 році до

105 у 2018 році при середньому їх значенні 185,5.

Основні фонди підприємства забезпечували в середньому отримання чистого доходу у розрахунку на 1 грн. їх вартості в обсязі 15,89 грн. У 2018 році фондовіддача становила 13,54, що на 2,08 нижче, ніж у 2014 році та на 3,13 менше, ніж у 2017 р.

За представленими в табл. 2.4 показниками, рентабельність продукції підприємства поступово зростала за рахунок збалансованого управління динамікою доходів від реалізації та собівартістю закупок товарів. Якщо у 2014 році на кожну гривню собівартості реалізованої продукції припадало 10,7 коп. валового прибутку, то у 2018 році – вже 12, 7 коп. За 2018 рік підприємству вдалося досягти збільшення рентабельності продукції на 0,176 одн. порівняно з попереднім періодом.

Рентабельність сукупних активів за весь період, що досліджується зросла з 0,00458 до 0,00566, а за підсумками роботи у 2018 році скоротилася на 0, 00375 одн., хоча і залишилася вище середньорічного рівня.

Істотне падіння спостерігається за показниками рентабельності, що визначаються на основі чистого прибутку. Рентабельність власного капіталу у 2018 році становила 0,03158, що на 0,39451 менше, ніж у 2017 році та на 0,13979 менше, ніж у 2014 році.

В свою чергу чиста рентабельність продажів у зв'язку із одночасним пропорційним зменшенням і чистого прибутку і чистого доходу від реалізації залишилася майже без змін. Після її зростання у 2015 році вона зберігається на рівні 0,03%.

Таким чином, проведений аналіз дозволяє стверджувати, що ТОВ «Парадіз» має певні фінансові проблеми, пов'язані з нераціональною політикою формування та використання свого капіталу, що виявляється в низькому рівні фінансової незалежності підприємства, незадовільній структурі фінансування запасів і витрат, відсутності власного оборотного капіталу.

2.2 Документальне оформлення руху готової продукції

З метою ефективної роботи облікового апарату, для забезпечення достовірності формування інформації про об'єкти обліку, а в тому числі і про готову продукцію та її реалізацію, на підприємстві повинна бути чітко налагоджена організація обліково – аналітичного процесу.

На ТОВ «Парадіз» особливу увагу приділяють:

- формуванню структури облікового апарату;
- встановленню завдань, функцій працівників, які здійснюють облікові процедури;
- визначенні нормативів – внутрішніх розпорядчих документів, які регламентують та контролюють облікові роботи бухгалтерської служби.

Для організації процесу реалізації продукції необхідно зрозуміти який життєвий цикл вона проходить, який наведено на рис. 2.3 [19, с 123].

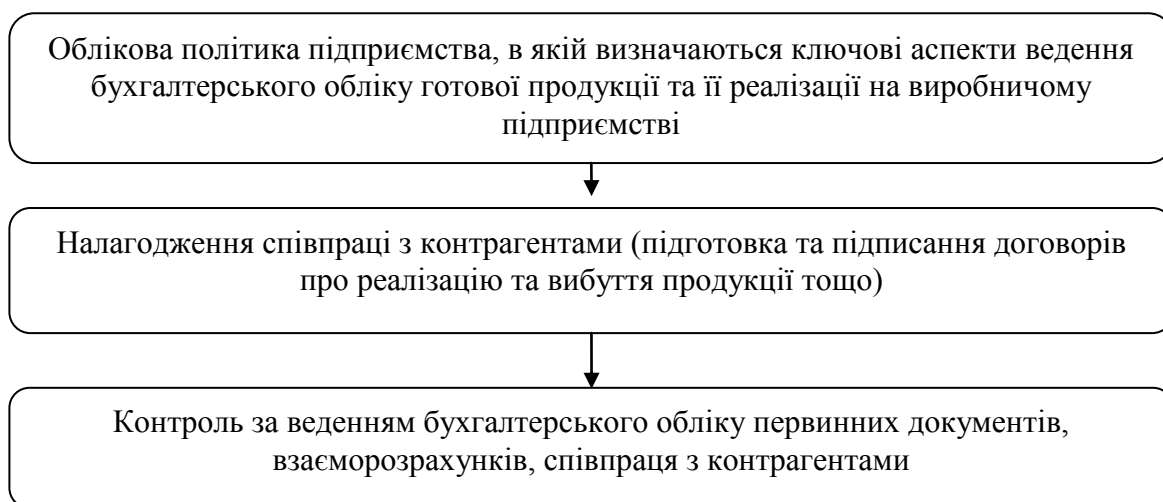


Рис. 2.3 Етапи організації обліку готової продукції та її реалізації

Основним документом на підприємстві ТОВ «Парадіз» є Наказ про облікову політику, який розроблено головним бухгалтером та затверджено керівником.

Процес організації обліку готової продукції та її реалізації на виробничому підприємстві головним чином має враховувати умови визнання доходу від реалізації, а саме: покупцеві передані ризики і вигоди, пов'язані з правом власності на продукцію; підприємство надалі не здійснює контроль та управління за реалізованою продукцією; сума доходу може бути достовірно визначена; є впевненість, що в результаті операції відбудеться збільшення економічних вигод, а витрати можуть бути достовірно визначені, пов'язані з цією операцією.

Саме тому виробниче підприємство при організації процесу реалізації визначається з такими елементами:

- умовами договорів з контрагентами – покупцями;
- первинними документами, які будуть використовуватися в процесі реалізації готової продукції та отримання доходів;
- штатом працівників, які забезпечать ефективне ведення обліку реалізації та отримання доходів тощо.

З точки зору, документального оформлення обліку реалізації готової продукції та отримання доходів і порядку розрахунків з покупцями можна привести таку схему (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Організація документального оформлення процесу реалізації готової продукції та отримання доходів

Відвантаження продукції покупцю	Видаткова накладна на відвантаження продукції + Податкова накладна + Товарно – транспортна накладна + Сертифікат якості продукції (партії продукції тощо) → Платіжне доручення вхідне
Попередня оплата від покупця	Платіжне доручення вхідне + Податкова накладна → Видаткова накладна на відвантаження продукції + Товарно – транспортна накладна + Сертифікат якості продукції (партії продукції тощо)

Для того, щоб ця організація була на достатньо високому рівні необхідно, по – перше, підібрати відповідний кваліфікований персонал, по –

друге, розробити загальну схему обліку готової продукції та її руху.

Для документального руху готової продукції підприємство використовує первинні документи, перелік яких наведено на рис. 2.4.

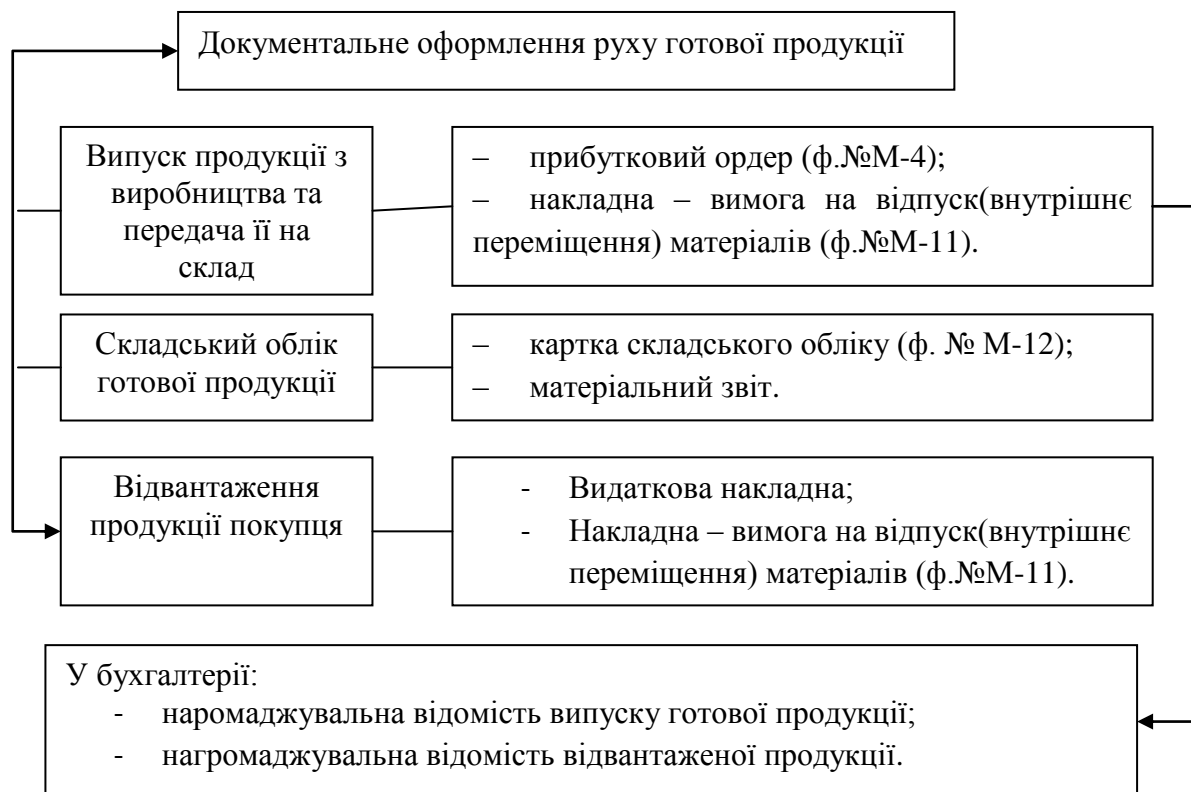


Рис. 2.4 Схема первинних документів з обліку готової продукції

Для документального оформлення руху товарних запасів використовують документи, перелік яких доцільно вивчити за допомогою рис. 2.5.

Розглянемо більш детально процес документального забезпечення обліку руху готової продукції на ТОВ «Парадіз».

По-перше, на складі працюють по два комірника: один з яких займається оформленням і обробкою документів, веде картки складського обліку, інший займається прийомом та видачею запасів.

При прийомі на роботу комірником оформлюється договір про матеріальну відповідальність особи в належній формі.



Рис. 2.5 Документальне оформлення руху та наявності продукції

По-друге, кожного місяця на перше число комірник складає:

- Звіт про наявність і рух матеріалів (запасів) на складі;
- Звіт по сировині, який оформляють кожного дня.

Останній звіт відображає інформацію про отримання сировини протягом дня, її кількість, ціну та вартість, а також від кого отримано запас і друга частина звіту – відображає інформацію про відпуск сировини у виробництво для виготовлення продукції [30, с. 267].

На даному підприємстві готова продукція з виробництва потрапляє на склад та відвантажується покупцям. Виконані роботи та послуги

оформлюються приймально – здавальним актом.

Так, при надходженні виготовленої продукції із підрозділів основного і допоміжного виробництв на склад підприємства оформляється «Прибутковий ордер» (типова форма № М – 4).

Надходження на склад підприємства товарів, придбаних з метою подальшого продажу, здійснюється за допомогою документів «Товарно – транспортна накладна» (форма 1 – ТН), або «Прибутковий ордер».

Для оплати реалізованих підприємством готової продукції на адресу покупця виставляється «Рахунок – фактура».

Відвантаження зі складу підприємства реалізованої продукції здійснюється на підставі документа «Товарно – транспортна накладна», або «Видаткової накладної».

Надходження і вибуття зі складу готової продукції відображається у «Картках складського обліку матеріалів».

Основний документ, який передуює здійсненню збуту готової продукції є договір, укладений з покупцем чи замовником.

Незважаючи на те, що договір є більш фінансово – юридичним документом, що регулює права та обов'язки сторін, він містить інформацію, яка має важливе значення і для обліку. Це насамперед умови поставки продукції, обсяги, вартість, а також терміни виконання. На підприємстві ТОВ «Парадіз» договори зберігають у бухгалтерії, але облікові працівники не приділяють належної уваги для контролю поставок за цими договорами, адже поставки здійснюються у відділі збуту та зі складів. Тобто виникає розрив між передачею документів. На нашу думку, доцільно обліковому працівнику, який займається відображення операцій щодо розрахунків з клієнтами слідкувати за виконанням умов договорів. А менеджерам з поставок необхідно зберігати копії таких документів, або сформувати зведений документ «Графік відвантаження замовлених обсягів», у якому буде відображена наступна інформація – обсяг і терміни поставок виробів у розрізі окремих партій. Це допоможе проконтролювати доцільність та своєчасність

здійснення поставки, виконання умов щодо її цінової політики. Саме такі графіки можуть бути основою забезпечення чіткого виконання договорів, що поряд із позитивним впливом на формування іміджу підприємства дає змогу чітко організувати виробничий процес, уникати провалів у роботі центрів відповідальності.

Документальне оформлення операцій з реалізації продукції здійснюється за товарно – транспортними накладними або накладними – залежно від того, яким покупцем вона реалізовується: підприємствам чи фізичним особам. Реалізуючи продукцію підприємствам – юридичним особам, у ТОВ «Парадіз» на основі доручень виписують товарно – транспортні накладні.

Товарно-транспортні накладні формують:

- у трьох примірниках – якщо доставка продукції покупцеві здійснюється без залучення транспортних засобів інших підприємств;
- в чотирьох – при перевезенні продукції залученим автотранспортом.

Один примірник товарно – транспортної накладної з підписом водія про отриману для перевезення продукцію залишається в центрі відповідальності (складі) підприємства, а два (чи три – при залученому автотранспорті) залишається у покупця після доставки продукції, а один чи два з позначками про прийняту покупцем продукцію повертається водієві, який здає товарно – транспортну накладну в той центр відповідальності (склад), де він отримав продукцію [7, с. 17].

Слід зазначити, що за умов зростання обсягів інформації продуктивне вирішення питань управління програмою виробництва та реалізації на підприємстві можливе тільки із впровадженням автоматизованих систем оперативного та управлінського обліку. Так, на ТОВ «Парадіз» застосовуються такі програми для обліку: 1С Бухгалтерія 8, «М.Е.Дос», он – лайн бухгалтерська облікова система «Облік SaaS».

Завдяки автоматизації процесів обліку з реалізації готової продукції на підприємстві забезпечено контроль надходження платежів від покупців за

відвантажену продукцію, зменшено час для визначення обсягу податкового зобов'язання з ПДВ, спрощено процес розподілу позавиробничих витрат (зокрема, збутових витрат).

Таким чином, організовуючи облік на підприємстві належної уваги приділяють вимогам до здійснення облікових та управлінських робіт, чітко визначені об'єкти процесу організації, встановлені відповідальні особи.

Усі операції відображені належно оформленими первинними документами.

2.3 Синтетичний та аналітичний облік руху та реалізації готової продукції

Для управління готовою продукцією інформація повинна формуватися щодо стану запасів готової продукції на складі, своєчасності та правильності її оприбуткування, забезпечення зберігання, своєчасності відвантаження та виконання обов'язків за поставками продукції споживачам.

Тобто керівництво підприємства повинно бути забезпечене інформацією про наявність і рух готової продукції за місцями зберігання та матеріально відповідальними особами. З цією метою важливого значення набуває організація синтетичного та аналітичного обліку готової продукції.

Основними завданнями обліку готової продукції на ТОВ «Парадіз» є:

- систематичний контроль за випуском готової продукції, станом її запасів і збереженням на складах, обсягом виконаних робіт та послуг;
- вчасному і правильному документуванні оформлення відвантаженої і відпущеної продукції;
- контроль за виконанням плану договорів – поставок за обсягом та асортиментом реалізованої продукції, організацією розрахунку з покупцями;
- вчасному і достовірному визначенні результатів від реалізації

продукції (робіт, послуг) та їх облік.

Виконання цих задач залежить від ритмічності роботи даного підприємства, правильної організації збуту та складського господарства, вчасного документального оформлення господарських операцій.

Головними умовами якісної організації обліку готової продукції та процесу її збуту виступають наступні нижче наведені елементи:

– відведення достатньої уваги безпосередньо структурі підприємства і його технології реалізації. Це забезпечує правильну організацію обліку процесу реалізації, дає змогу встановити взаємостосунки підрозділів зі збуту в підприємстві із бухгалтерією;

– урахування нормативно-правових актів щодо здійснення підприємницької діяльності та обліку й звітності щодо збуту готової продукції;

– визначення змісту і точності інформаційних даних для подальшого формування і реалізації ефективних управлінських рішень. Підприємство намагається стимулювати виробництво тих товарів, яких потребують споживачі.

У зв'язку із цим, виникає потреба в організації такого внутрішньогосподарського обліку, який, як додатковий сегмент фінансового обліку, виконував би завдання, пов'язані із управлінням підприємством загалом і його внутрішніми підрозділами (починаючи з проектування товару і закінчуючи збутом).

Зважаючи, що інформація такого роду отримується із облікових документів, то працівники бухгалтерії оперативно визначають і опрацьовують потрібні інформаційні масиви [25, с. 65].

Готова продукція обліковується на підприємстві за місцями її зберігання та окремими видами у встановлених одиницях виміру: натуральних, умовно – натуральних. А в облікових регістрах інформація про готову продукцію обліковується в кількісному виразі.

Для обліку наявності та руху готової продукції, що має кількісні

характеристики та складається на підприємстві, планом рахунків передбачено рахунок 26 «Готова продукція».

Цей рахунок активний, балансовий, показує запаси виробів на складі, обробка яких закінчена та які пройшли випробування, приймання, укомплектовані згідно з умовами договорів із замовниками і відповідають технічним умовам і стандартам [30, с. 255].

Таким чином синтетичний облік наявності і руху готової продукції за фактичною собівартістю ведеться на активному рахунку 26 «Готова продукція» (рис. 2.6).



Рис. 2.6 Призначення рахунка 26 «Готова продукція» та побудова аналітичного обліку в бухгалтерії

За дебетом рахунка 26 «Готова продукція» відображається

надходження готової продукції власного виробництва за фактичною виробничою собівартістю.

За кредитом рахунка 26 «Готова продукція» відображається списання виробничої собівартості готової продукції.

Також для обліку використовують такі основні синтетичні рахунки (табл. 2.5).

В аналітичному обліку на ТОВ «Парадіз» оцінюють готову продукцію за обліковими цінами, а саме – за плановою собівартістю, оптовими обліковими цінами. Надходження і відпуск готової продукції в синтетичному обліку відображаються за фактичною виробничою собівартістю.

Таблиця 2.5

Основні синтетичні рахунки обліку готової продукції та її руху

№	№ рахунку	Найменування рахунку
1	26	Готова продукція
2	28	Товари
3	93	Витрати на збут
4	90	Собівартість реалізації
5	70	Доходи від реалізації

На підприємстві застосовують відповідний спосіб формування собівартості готової продукції. Готова продукція, що реалізується протягом місяця, списується за обліковою ціною, а в кінці місяця собівартість такої продукції вирівнюється до фактичної.

Коефіцієнт вирівнювання (К) визначають за формулою 2.1:

$$K = \frac{\Phi C_{\text{поч.м.}} + \Phi C_{\text{звітн.м.}}}{З_{\text{поч.м.}} + З_{\text{звітн.м.}}} \quad (2.1)$$

де $\Phi C_{\text{поч.м.}}$ – Фактична собівартість залишку готової продукції на початок звітного місяця;

$\Phi C_{\text{звітн.м.}}$ – фактична собівартість виробленої протягом звітного місяця

продукції;

$Z_{\text{поч.м.}}$ – вартість залишку готової продукції на початок місяця за обліковими цінами;

$Z_{\text{звітн.м.}}$ – вартість випущеної в звітному місяці продукції за обліковою ціною.

Далі визначають вартість реалізованої продукції (СР) в звітному місяці за фактичною собівартістю, за формулою 2.2:

$$СР = C_{\text{поч}} \times К \quad (2.2)$$

де $C_{\text{поч}}$ – вартість реалізованої продукції за обліковими цінами.

Цей спосіб дозволяє визначити і відобразити в обліку виробничої собівартості:

- продукції, яка була реалізована протягом звітного періоду;
- залишків продукції на складі на кінець звітного періоду.

Розглянемо більш детально визначення собівартості продукції на ТОВ «Парадіз». Одним з основних видів продукції підприємства є постільна білизна та домашній текстиль.

Безпосередньо коригування фактичної собівартість готової продукції, відображено в таблиці 2.6.

В бухгалтерському обліку відхилення між оцінкою готової продукції за обліковою ціною та оцінкою за фактичною собівартістю відображаються на окремому субрахунку рахунка 26 «Готова продукція».

Для цього на підприємстві відкриті субрахунки другого порядку:

- 261 «Готова продукція за обліковими цінами»;
- 262 «Відхилення фактичної собівартості готової продукції від облікових цін».

Облік відхилень ведеться:

- прямий записом – в разі перевищення фактичної виробничої собівартості над вартістю продукції, відображеної по обліковими цінами;
- методом «сторно» – в разі перевищення вартості за обліковими цінами над фактичною виробничою собівартістю.

Таблиця 2.6

Рух готової продукції протягом вересня

№	Зміст операції	Кількість штук	Вартість готової продукції		К (розрахунок за формулою)	Сума відхилень фактичної собівартості готової продукції від її вартості за обліковими (гр. 5 – гр. 4) цінами (+, –)
			за обліковими цінами	За фактичною собівартістю		
1	Залишок готової продукції на початок вересня: – півковдра	150	34500 (230 × 150)	33 750 (225 × 150)	–	–750 (33 750 – 34 500)
	– простираadlo	100	27 000 (270 × 100)	28 500 (285 × 100)	–	1500 (28 500 – 27 000)
2	Випущено протягом вересня: – півковдра	250	57 500 (230 × 250)	56 250 (225 × 250)	–	–1250 (56 250 – 57 500)
	– простираadlo	300	81 000 (270 × 300)	85 500 (285 × 300)	–	4500 (85 500 – 81 000)
3	Реалізовано протягом вересня: – півковдра	350	80 500 (230 × 350)	78 750 (80 500 × 0,978261)	0,978261 *	–1750 (78 750 – 80 500)
	– простираadlo	380	102 600 (270 × 380)	108 300 (102 600 × 1,055556)	1,055556 **	5700 (108 300 – 102 600)
4	Залишок на кінець вересня: – півковдра (150 + 250 – 350)	50	11 500 (230 × 50)	11 250 (11 500 × 0,978261)	0,978261	–250 (11 250 – 11 500)
	– простираadlo (100 + 300 – 380)	20	5 400 (270 × 20)	5 700 (5 400 × 1,055556)	1,055556	300 (5 700 – 5 400)
* (33 750 грн. + 56 250 грн.) : (34 500 грн. + 57 500 грн.) = 0,978261.						
** (28 500 грн. + 85 500 грн.) : (27 000 грн. + 81 000 грн.) = 1,055556.						

Відвантажена покупцям готова продукція, а також продукція, відправлена в власну роздрібну торгову мережу, списана з підзвіту матеріально відповідальних осіб, відображається проводкою: Дт 901 – Кт 26.

Більш детальну кореспонденцію бухгалтерських рахунків, що відображають рух готової продукції на ТОВ «Парадіз» наведено в таблиці 2.7.

Таблиця 2.7

Журнал господарських операцій на ТОВ «Парадіз»

№	Зміст операції	Первинні документи	Бухгалтерський облік		
			Дт	Кт	Сума
1	2	3	4	5	6
Отримано на склад готова продукція, випущена протягом вересня, за обліковими цінами:					
1	– півковдра	Накладна, прибутковий ордер типової форми № М – 4	26	23	57 500,00
	– простираadlo		26	23	81 000,00
2	Відображено реалізацію півковдри за обліковою ціною.	Накладна типової форми № М – 11	361	701	80 500,00
3	Нараховано податкові зобов'язання з ПДВ.	Податкова накладна	701	641	13 416,67
4	Відображено реалізацію простираadlo.	Типова форма № М – 11	361	701	102 600,00
5	Нараховано податкові зобов'язання з ПДВ.	Податкова накладна	701	641	17 100,00
6	Списана собівартість за обліковими цінами	Бухгалтерська довідка	901	26	110000,00
Визначено відхилення облікової ціни від фактичної виготовленого у вересні:					
7	– півковдра (методом «сторно»)	Бухгалтерська довідка	26	23	1250,00
	– простираadlo		26	23	4500,00
Списано відхилення облікової ціни від фактичної:					
8	– півковдра (методом «сторно»)	Бухгалтерська довідка	901	26	1 750,00
	– простираadlo		901	26	5 700,00
Відображено фінансовий результат:					
9	– дохід від реалізації продукції	Бухгалтерська довідка	701	791	152 583,33
	– списана собівартість		791	901	110 000,00

Інколи проводиться повернення придбаної покупцями продукції (товарів) внаслідок виявленого прихованого браку чи ін. Видача готівки проводиться на підставі заяви покупця (інколи з прикладенням експертної оцінки якості товару) з оформленням видаткового касового чека, роздрукованого із знаком «мінус».

При цьому треба провести коригування доходів і витрат, які були проведені за реалізацією продукції:

– дебет 901, кредит 26 – методом «червоне сторно» на собівартість продукції;

– дебет 70, кредит 30 – видача готівки;

– дебет 70, кредит 64 – методом «червоне сторно» на суму ПДВ;

– дебет 901, кредит 79 – списано собівартість повернення товарів та відкореговано фінансові результати.

Також однією з основних складових організації обліку готової продукції є облік її реалізації. Він є самостійною підсистемою в загальній системі обліково – економічної інформації. На ТОВ «Парадіз» можна виділити наступну схему здійснюваних обліково – економічних завдань щодо обліку продажу готової продукції (рис. 2.7).

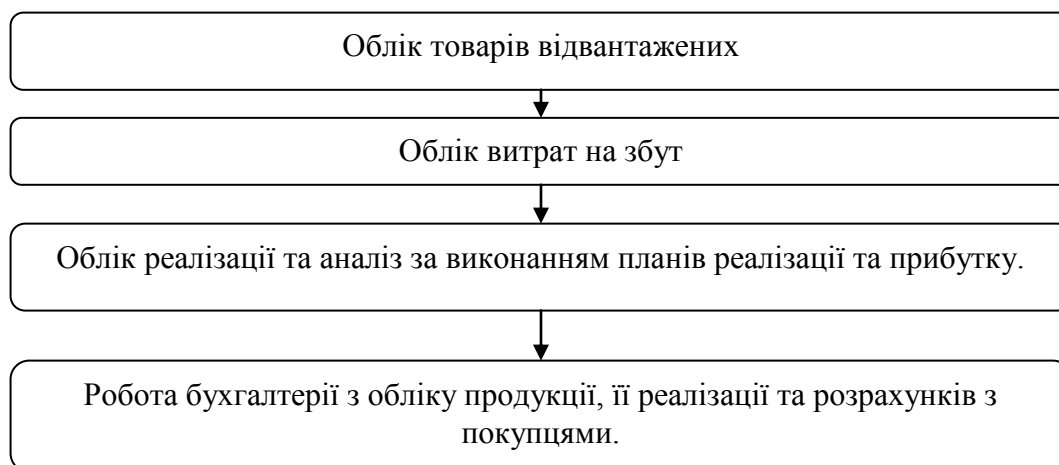


Рис. 2.7 Завдання обліку реалізації продукції

Витрати, пов'язані з реалізацією продукції, а саме витрати на тару і упаковку продукції, витрати із поставки продукції на станцію відправки, комісійні збори при реалізації продукції, оплату при реалізації продукції, оплату праці продавців, оплату вартості сертифікатів та аналіз в якості реалізованої продукції обліковують на рахунку 93 «Витрати на збут» [26, с. 79].

В журналі господарських операцій підприємство застосовує такі кореспонденції з обліку витрат на збут (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

Кореспонденції з обліку витрат на збут на ТОВ «Парадіз»

№	Найменування операції	Дт	Кт
1	Списання:		
	– вартості матеріалів і тари на упаковку реалізованої продукції;	93	20,22,13
	– робіт і послуг із транспортування реалізованої продукції	93	23
2	Оплата витрат, пов'язаних з реалізацією через підзвітних осіб	93	37
3	Оплата транспортних і інших послуг сторонніх організацій	93	63
4	Списання витрат на збут	79	93

На підприємстві схема обліку за цим рахунком така:

– списання тари і матеріалів для упаковки проводять з використанням актів на списання малоцінних і швидкозношуваних предметів;

– витрати на доставку відображають на основі нагромаджувальних відомостей обліку роботи вантажного автотранспорту та товарно – транспортних накладних, коли транспорт залучений;

– суму комісійного збору записують на основі квитанцій, орендної плати, оплати за аналізи – на підставі рахунків – фактур чи квитанцій, оплати праці продавців – на основі окремих розрахунків і таблиць обліку робочого часу;

– дані переносять у журнал – ордер № 6, а з нього - у Головну книгу.

Розглядаючи питання обліку готової продукції неможна оминати питання її інвентаризації.

Кількість інвентаризацій у звітному році, дати їх проведення, перелік майнових зобов'язань, що підлягають інвентаризації під час кожної з них, визначаються керівником підприємства.

Головною метою інвентаризації на ТОВ «Парадіз» є:

– визначення фактичної наявності й стану готової продукції, їх перевірка з даними бухгалтерського обліку;

– врегулювання інвентаризаційних різниць та відображення результатів

інвентаризації.

Відповідно до облікової політики, на підприємстві проведення інвентаризації передбачається на перше число місяця, в якому здійснюватиметься оцінка готової продукції.

Для цього формується комісія, яка затверджена наказом по підприємству. До її складу входять сам керівник, головний бухгалтер підприємства, а також завідувач складом, як матеріально – відповідальна особа.

До початку перевірки фактичної наявності продукції інвентаризаційна комісія:

- перевіряє наявність грошей в касі і перераховує виручку дня;

- відображає документи: у касира – останній касовий звіт і у матеріально – відповідальній особі – останні товарні звіти (якщо вони не здані в бухгалтерію) з виведеними на момент інвентаризації залишками цінностей по даним обліку і розписки про те, що до початку інвентаризації всі прибутково видаткові документи включені до звіту, здані в бухгалтерію або передані інвентаризаційній комісії і що ніяких документів і наявності грошей на руках у них не залишилось;

- перевірити справність усіх ваговимірювальних приладів.

Усі документи, які додаються до реєстрів (звітів) із зазначенням «До інвентаризації на (дата)» візує голова комісії. В подальшому ці документи передають до бухгалтерії, де вони служать підставою для визначення залишків цінностей на початок інвентаризації за даними обліку.

Наявний стан товарно – матеріальних цінностей, у тому числі й готової продукції, встановлюють шляхом обов'язкового їх перераховування, зважування та перемерювання.

В інвентаризаційних документах вказують найменування продукції її кількість у розрізі номенклатури готової продукції та в натуральних одиницях виміру, прийнятих в обліку. Ця інформація в інвентаризаційному описі вказуються прописом на кожній сторінці. Згаданий документ

підписуються всіма членами інвентаризаційної комісії та матеріально – відповідальними особами.

Матеріали інвентаризації та рішення щодо регулювання розбіжностей затверджується керівником підприємства з включенням результатів у звіт за той період, в якому закінчена інвентаризація, а також і в річний звіт.

Матеріали інвентаризації (описи, акти, звіряльні відомості, протоколи) оформляються не менш як у двох примірниках.

Як відомо в результаті інвентаризації можливі факти виявлених надлишків та нестач запасів. Якщо виявлено при інвентаризації лишки готової продукції, то їх зараховують на збільшення фінансових результатів звітнього року.

Вартість нестачі, псування або інших втрат в межах норм списується на собівартість реалізованої продукції, а в сумах, що перевищують ці норми, на винних фізичних та юридичних осіб. Невідшкодовані нестачі списуються за рахунок прибутку.

На підприємстві результати інвентаризації відображають в бухгалтерському обліку за встановленим законодавчим порядком.

Залишки оприбутковуються у дебет відповідних рахунків з обліку матеріальних цінностей 26 «Готова продукція» у кореспонденції з кредитом рахунку «Прибутки та збитки». Незалежно від причин виникнення нестач продукції, їх вартість списують у дебет рахунку 947 «Нестачі та втрати від псування цінностей» в кореспонденції з кредитом відповідного рахунку 26 «Готова продукція».

За результатами інвентаризації керівник приймає рішення щодо відшкодування завданих збитків підприємству. Після прийняття такого рішення суми нестач готової продукції списують з кредиту рахунку 947 «Нестача та втрати від псування цінностей» на дебет рахунку 91 «Загальновиробничі витрати» [231, с.473].

Таким чином, проведення щомісяця інвентаризації готової продукції допомагає управлінському персоналу:

- слідкувати та контролювати результати діяльності підприємства;
- виявляти порушення;
- встановлювати причини та винуватців цих порушень.

А облікового персоналу допомагає узгодити вартісні показники відвантаженої та виготовленої продукції.

2.4 Напрями оптимізації обліку готової продукції на підприємстві

Ефективність організаційних та управлінських рішень, насамперед залежать від правильно розробленого інформативного підґрунтя та повноти, об'єктивності та правдивості представлених облікових і аналітичних даних, що залежать від детального та ретельного ступеня дослідження облікової політики господарства.

Присутність на законодавчому рівні диференційованих варіантів провадження бухгалтерського обліку готової продукції веде до того, що облікова політика є одним із фундаментальних інструментів регламентування обліково-аналітичного забезпечення управлінської системи.

Серед основних складових облікової політики операцій з готовою продукцією можна виділити наступні елементи:

- визначення та затвердження первинної оцінки готової продукції;
- встановлення облікової одиниці обліку продукції;
- визначення методу оцінки готової продукції;
- порядок здійснення інвентаризації готової продукції;
- інші питання для організації обліку готової продукції на підприємстві.

Окрім зазначених основних аспектів облікової політики можна виділити і організаційну частину, яка включає організацію обліку в частині відображення операцій з готовою продукцією та передбачає встановлення

технічних засобів, що забезпечать правильне ведення бухгалтерського обліку.

Елементами організаційного аспекту облікової політики щодо готової продукції виступають наступні:

- відповідальні особи за ведення обліку в розрізі операцій з готовою продукцією, визначення їх прав та обов'язків в посадових інструкціях;
- перелік матеріально відповідальних осіб за збереження, надходження та вибуття готової продукції з підприємства;
- формування плану рахунку в частині операцій з готовою продукцією;
- формування складу інвентаризаційної комісії;
- затвердження графіку документообігу з обліку готової продукції [30, с. 57].

Застосування представлених елементів облікової політики при формуванні самої облікової політики підприємства дає можливість головному бухгалтеру впроваджувати різносторонню та всеохоплюючу інформацію про операції з руху готової продукції в розрізі інформаційних запитів управлінської системи (таблиця 2.9).

Таблиця 2.9

Графік документообігу з обліку готової продукції на ТОВ «Парадіз»

Назва первинного документу	Складання та передавання документу		Виконавець або користувач даних	
	Відповідальний	Строк передавання	Служба, яка приймає документ	Операції над Документом
Вимога на відпуск ГП	Комірник у момент Надходження (Сонєць В.А.)	Кожну Годину	Експедитор (Насонов О.М.)	Контроль за Видачею
Надходження документа до бухгалтерії, обробка та узагальнення				
Кому і коли передають	Час приймання документа	Обробка та узагальнення	Кому і в які строки подають документи	
Бухгалтерії кожного дня	Щодня до 17.00	Запис у облікові реєстри	У поточний архів	

Графік документообігу повинен забезпечити оптимальну кількість підрозділів та виконавців, через які проходять всі первинні документи, встановити мінімальний термін його збереження в підрозділах, та сприяти покращенню облікової політики, посиленню контрольних функцій бухгалтерського обліку, нарощення рівня його автоматизації.

На ТОВ «Парадіз» такий графік відсутній. Тому вважаємо за необхідне запропонувати для підприємства затвердити такий графік.

Для зручності графік повинен мати табличну форму, де вказують:

- вид операцій, найменування документа, який підтверджує здійснення цієї операції;
- прізвище та ініціали відповідальної особи за проведення операції;
- час передачі документа з одного відділу у інший.

На ТОВ «Парадіз» договори зберігають у бухгалтерії, але облікові працівники не приділяють належної уваги для контролю поставок за цими договорами, адже поставки здійснюються у відділі збуту та зі складів. Тобто виникає розрив між передачею документів. На нашу думку, доцільно обліковому працівнику, який займається відображення операцій щодо розрахунків з клієнтами слідкувати за виконанням умов договорів.

А менеджеру з поставок необхідно зберігати копії таких документів, або сформувані зведений документ «Графік відвантаження замовлених обсягів», у якому буде відображена наступна інформація: обсяг і терміни поставок виробів у розрізі окремих партій. Це допоможе проконтролювати доцільність та своєчасність здійснення поставки, виконання умов щодо її цінової політики. Саме такі графіки можуть бути основою забезпечення чіткого виконання договорів, що поряд із позитивним впливом на формування іміджу підприємства дає змогу чітко організувати виробничий процес, уникати провалів у роботі центрів відповідальності (складів).

При цьому слід підтримувати взаємозв'язок між бухгалтерією підприємства та його збутовими центрами відповідальності щодо контролю за виконанням договорів.

Одними з найбільш ефективних засобів стимулювання збуту продукції на ринку є: реклама, гарантійний ремонт реалізованої продукції, а також система формування попиту споживачів та їх потреб шляхом встановлення особистих контактів зі споживачами на місцях реалізації [9].

Згідно з п.19 П(С)БО 16 «Витрати» витрати на збут включають такі витрати, пов'язані з реалізацією (збутом) продукції (товарів, робіт, послуг):

- витрати пакувальних матеріалів на складах готової продукції;
- витрати на ремонт тари;
- оплата праці та комісійні винагороди продавцям, торговим агентам та працівникам підрозділів, що забезпечують збут;
- витрати на рекламу та дослідження ринку (маркетинг);
- витрати на передпродажну підготовку товарів;
- витрати на відрядження працівників, зайнятих збутом;
- витрати на утримання основних засобів, інших матеріальних необоротних активів, пов'язаних зі збутом продукції, товарів, робіт, послуг (операційна оренда, страхування, амортизація, ремонт, опалення, освітлення, охорона); витрати на транспортування, перевалку і страхування готової продукції (товарів), транспортно-експедиційні та інші послуги, пов'язані з транспортуванням продукції (товарів) відповідно до умов договору (базису) поставки;
- витрати на страхування призначеної для подальшої реалізації готової продукції (товарів), що зберігається на складі підприємства;
- витрати на транспортування готової продукції (товарів) між складами підрозділів (філій, представництв) підприємства;
- інші витрати, пов'язані зі збутом продукції, товарів, робіт, послуг [2].

Пропонуємо деталізувати рахунок 93 «Витрати на збут» субрахунками, які будуть актуальними при організації обліку процесу реалізації готової продукції (рис. 2.8).

Запровадження на практиці запропонованої деталізації обліку витрат на збут сприятиме формуванню належного обліково-інформаційного

забезпечення прийняття управлінських рішень щодо реалізації готової продукції.

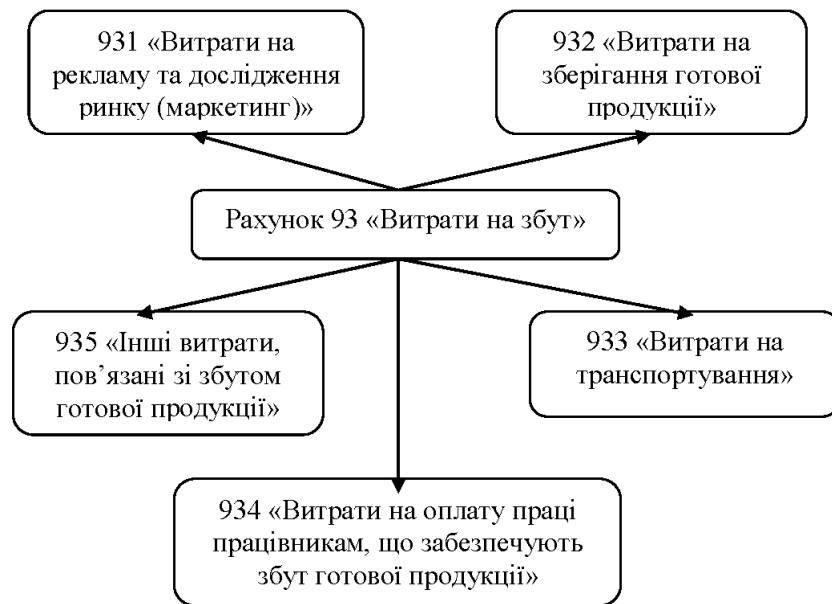


Рис. 2.8 Пропоновані субрахунки до рахунка 93 «Витрати на збут»

Результати проведених досліджень переконливо засвідчують, що правильність організації обліку процесу реалізації готової продукції є запорукою достовірності відображення облікової інформації у фінансовій звітності підприємства та безпомилкового визначення результативності діяльності суб'єктів господарювання.

3 МЕТОДИКА АНАЛІЗУ НАЯВНОСТІ, РУХУ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ТОВ «ПАРАДІЗ»

3.1 Інформаційно-аналітичне забезпечення управління готовою продукцією

Зміст та якість інформації мають першочергове значення у забезпеченості точності та ефективності проведення аналізу випуску та реалізації готової продукції.

Під час відбору конкретних показників інформаційної бази аналізу необхідно врахувати зовнішні та внутрішні джерела. Системою зовнішніх джерел інформації слугує (рис. 3.1) [29, с. 43]:

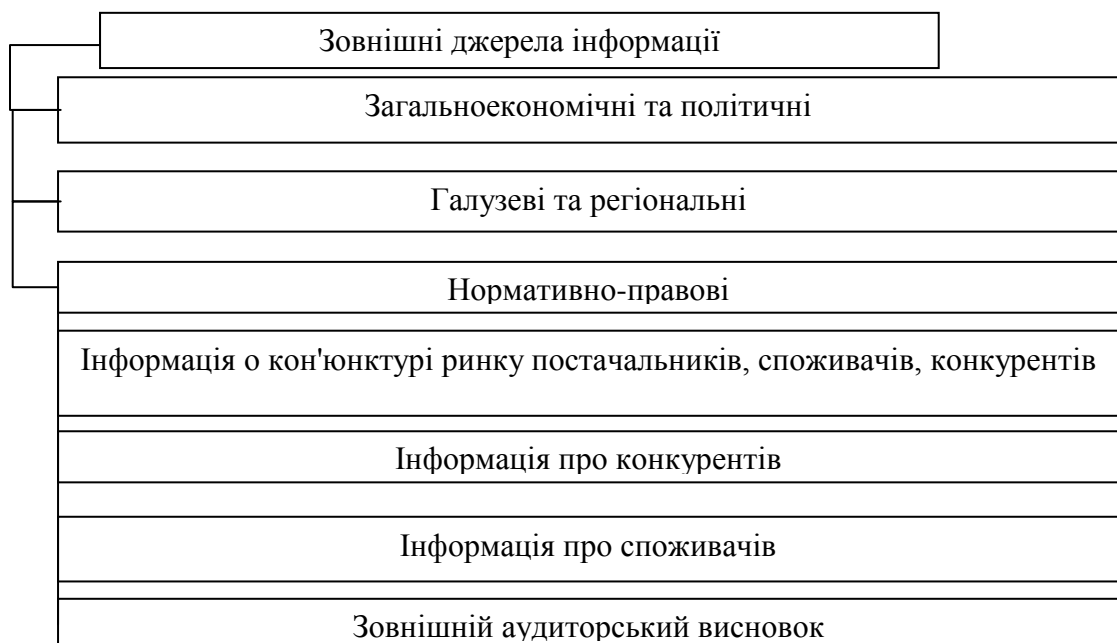


Рис. 3.1 Система інформаційного забезпечення аналізу, сформована на базі зовнішніх джерел інформації

Системою внутрішніх джерел виступають наступні (рис. 3.2:)



Рис. 3.2 Система інформаційного забезпечення аналізу, сформована на базі внутрішніх джерел інформації

Основним завданням проведення діагностики діяльності ТОВ «Парадіз» є комплексне вивчення стану і розвитку виробничо-господарської діяльності за для оцінки виконання поставлених показників, виявлення внутрішньогосподарських резервів і підвищення ефективності збуту продукції.

При виконанні такої діагностики підприємства:

- використовуються матеріали обліку оперативної, статистичної і бухгалтерської звітності, нормативні і планові дані, технічна інформація;
- визначається вплив на ефективність виробничої діяльності техніки і технології, організації виробництва і праці, планування і керування, фінансування, кредитно-грошових відносин.

Якість аналізу забезпечується застосовуваними методами і прийомами, повнотою і вірогідністю інформації, кваліфікацією виконавця.

На ТОВ «Парадіз» існують відповідні напрями аналізу процесу виробничої діяльності підприємства та аналізу процесу реалізації продукції.

Безпосередньо напрямами аналізу процесу виробничої діяльності на підприємстві є:

- аналіз якості планування виробництва, обґрунтованість планів діяльності в цілому, так і щодо окремих підрозділів;
- аналіз обсягу і динаміки виробництва продукції;
- оцінка асортименту і структури виробництва продукції;
- аналіз рівномірності та ритмічності виробництва;
- оцінка якості та браку;
- визначення основних факторів, що впливали на загальні обсяги виробництва протягом останніх років та у звітному періоді;
- визначення внутрігосподарських резервів зростання обсягів випуску готової продукції;

Що стосується аналізу руху продукції то на підприємстві виділяють такі основні напрями аналізу процесу реалізації готової продукції:

- оцінка рівня виконання плану та динаміки реалізації готової продукції, асортименту і структури, аналіз ритмічності реалізації продукції;
- аналіз виконання договірних зобов'язань щодо поставок готової продукції;
- аналіз ринку збуту продукції;
- визначення впливу різних факторів на зміну величини цих показників;
- розроблення заходів для збільшення обсягів реалізації готової продукції [1, с. 218] .

Для здійснення повного, достовірного та оперативного аналізу по всім вищенаведеним напрямам необхідно мати добре сформовану інформаційну базу.

Характеристика інформаційного забезпечення аналізу процесу випуску та реалізації продукції на ТОВ «Парадіз» надана в табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Інформаційна база для аналізу виробництва, руху та реалізації готової продукції

№	Група	Джерела інформації
Довідкова інформація		
	Розрахунок бухгалтерії про планову собівартість готової продукції	На підставі нормативних значень витрати сировини, матеріалів та непрямих витрат обчислюється планова собівартість готової продукції
Облікова інформація		
1	Первинні документи	Акт приймання, акт про брак, відомість випуску готової продукції, накладна на здачу готової продукції на склад, прибутково-видаткова накладна, приймально-здавальні документи, рахунок-фактура, свідоцтво про якість товару, сертифікат відповідності державній системі сертифікації, товарно-транспортна накладна.
2	Дані рахунків бухгалтерського обліку	23 «Виробництво», 26 «Готова продукція», 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками», 90 «Собівартість реалізації» та інші.
3	Облікові реєстри	Журнал 5, 5А, Журнали ордери за рахунками класу 7, 9
Звітна інформація		
4	Фінансова звітність	Ф.№1 «Баланс», ф.№2 «Звіт про фінансові результати», ф.№5 «Примітки до річної фінансової звітності»
5	Статистична звітність	Ф.№1 – підприємництво «Звіт про основні показники діяльності підприємства», ф.№1-Б «Звіт про фінансові результати і дебіторську та кредиторську заборгованість», ф.№ 1-П (термінова) «Терміновий звіт про виробництво промислової продукції (робіт, послуг)», ф.№ 1- послуги «Звіт про обсяги реалізованих послуг»
Позаоблікова інформація		
6	Інші джерела	Репорти про випуск продукції, здачу готової продукції, дані про прості обладнання, журнал техніко-економічних показників роботи цеху, робочі наряди, дані про якість продукції, планові матеріали відповідного відділу, результати попередніх аналітичних досліджень.

Перераховані джерела інформації використовуються для проведення ретроспективного аналізу. Оперативний аналіз проводиться за даними первинного обліку (за інформацією на рахунках 23, 26, 36, 90). Прогнозний аналіз виробництва та реалізації продукції застосовується при оцінці відповідних альтернативних управлінських рішень.

3.2 Оцінка складу, структури, динаміки та якості готової продукції

Правильно вибрана стратегія виробництва і належні обсяги випуску продукції забезпечують бажаний обсяг реалізації і відповідний прибуток. Тому виробничу діяльність підприємства жорстко зумовлено загальною економічною ситуацією і платоспроможним попитом населення.

На ТОВ «Парадіз» початковим етапом аналізу є оцінка обсягів і структури випуску продукції. Даний етап проведення економічного аналізу починається, як правило, з оцінки виконання плану (прогнозу) з виробництва й реалізації продукції за звітний період. Ця оцінка проводиться шляхом порівняння фактичних даних із плановими в цілому по підприємству, у розрізі його структурних підрозділів або окремих видів продукції (табл. 3.2).

При виявленні негативних відхилень необхідно встановити причини неефективного використання виробничого потенціалу.

Для аналізу випуску та реалізації готової продукції було обрано основні види продукції підприємства. Ними є:

- постільна білизна;
- домашній текстиль;
- рушники;
- сувенірна продукція (декоративні подушки, стрічки).

Таблиця 3.2

Обсяги виробництва основних видів продукції

№	Показники	Обсяги виробництва продукції, тис. грн.		Відхилення випуску продукції за звітний період від минулого періоду	
		Минулий період 2017 рік	Звітний період 2018 рік	+/-, тис. грн.	%
1	2	3	4	5	6
1	Готова продукція у т.ч:	137 973,2	160 565,0	+22 591,8	116,4

Продовження табл. 3.2

1	2	3	4	5	6
2	Постільна білизна	41 448,0	50 130,0	+8 682,0	20,9
3	Домашній текстиль	40 095,2	40 015,0	-80,2	-0,3
4	Рушники	28 414,0	30 318,0	+1 904,0	6,7
5	Сувенірна продукція	28 016,0	40 102,0	+12 086,0	43,1

За даними таблиці 3.2 в звітному періоді у порівнянні з минулим періодом обсяги виробництва продукції збільшилися на 22 591,8 тис. грн., що склало 116,4 %. Це пов'язано із збільшенням випуску постільної білизни на 8 682,0 тис. грн., що склало 20,9%, рушників на 1 904,0 тис. грн., що складає 6,7%, та сувенірної продукції на 12 086 тис. грн., що складає 43,1 %.

Структура виробництва готової продукції подана на рисунку 3.3.

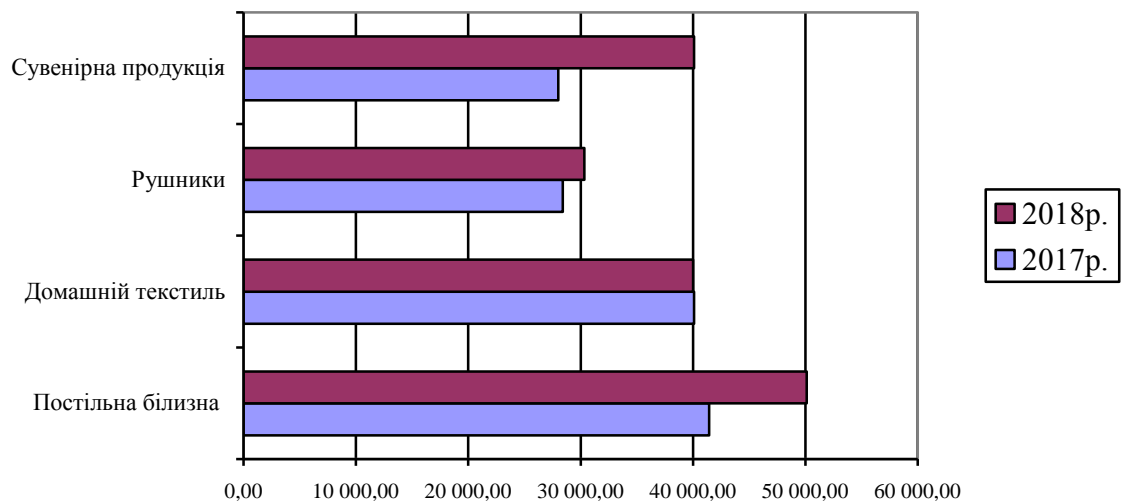


Рис. 3.3 Структура виробництва готової продукції за періоди 2017–2018 р.

Наступним етапом є аналіз динаміки обсягу виробництва й реалізації продукції. Він проводиться за допомогою наступних показників:

- базисних темпів росту й приросту;
- ланцюгових темпів росту й приросту;
- середньорічних темпів росту (приросту).

Аналіз динаміки виробництва й реалізації продукції на ТОВ «Парадіз» наведений в табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Динаміка виробництва й реалізації продукції 2016-2018 рр.

Рік	Обсяг виробництва, тис. грн.	Темпи росту, %			Обсяг реалізації, тис.грн	Темпи росту, %		
		Базисні	Ланцюгові	+/-		Базисні	Ланцюгові	+/-
2016	131 288,6	-	-	-	130 375,1	-	-	-
2017	137 973,2	105,1	105,1	-	130 672,9	0,2	0,2	-
2018	160 565,0	122,3	116,4	-5,9	138 593,0	106,1	105,9	-0,12
Всього	423 826,8	x	x	x	399 441,0	x	x	X

За даними табл. 3.3 найбільший темп росту обсягу виробництва продукції спостерігався в 2018 році й становив 122,3%. Порівнюючи показники обсягу виробництва продукції з попереднім періодом, слід зазначити, що найгіршим показник був в 2017 році: він становив 105,1%. Причиною зниження темпу росту могло бути неналежне використання виробничих потужностей підприємства, зниження попиту на продукцію, поява конкурентів на ринку й т.д.

Якщо розглядати наведену в таблиці 3.3 динаміку обсягів реалізації продукції, то слід зазначити, що найбільші темпи росту спостерігалися також в 2018 році – 106,1%. Зменшення обсягів реалізації порівняно зі звітним роком відбулося в 2017 році – ланцюговий темп росту становить 105,9%.

На підприємстві темпи росту обсягів реалізації й товарної продукції не збігаються, оскільки збільшуються на кінець року залишки готової продукції на складах через зменшення попиту або погіршення якості.

Середньорічний (середньо кварталний) темп росту розраховується як середня геометрична величина (формула 3.1):

$$\bar{T} = \sqrt[n-1]{T1 \times T2 \times T3 \times T4 \dots Tn}, \quad (3.1)$$

де \bar{T} – середньорічний (середньо кварталний) темп росту;

n – кількість періодів;

T – темп росту.

Розрахунки здійснюються за даними табл. 3.3.

– середній темп росту об'ємів виробництва (об'ємів товарної продукції):

$$\bar{T} = \sqrt{1 \times 0,317 \times 5,47} = 1,200 \text{ або } 120\%$$

$$\Delta \bar{T} = 120 - 100 = 20\%$$

– середній темп росту об'ємів реалізації:

$$\bar{T} = \sqrt{1 \times 0,319 \times 5,49} = 1,21 \text{ або } 121\%$$

$$\Delta \bar{T} = 121 - 100 = 21\%$$

За наведеними даними середньорічний темп приросту обсягів виробництва склав 20%, а реалізації – 21%

Це свідчить про загальну тенденцію зменшення залишків нереалізованої продукції, тобто готової продукції на складах підприємства. Для більшої наочності результати аналізу динаміки обсягів виробництва й реалізації можна відобразити графічно (3.4).

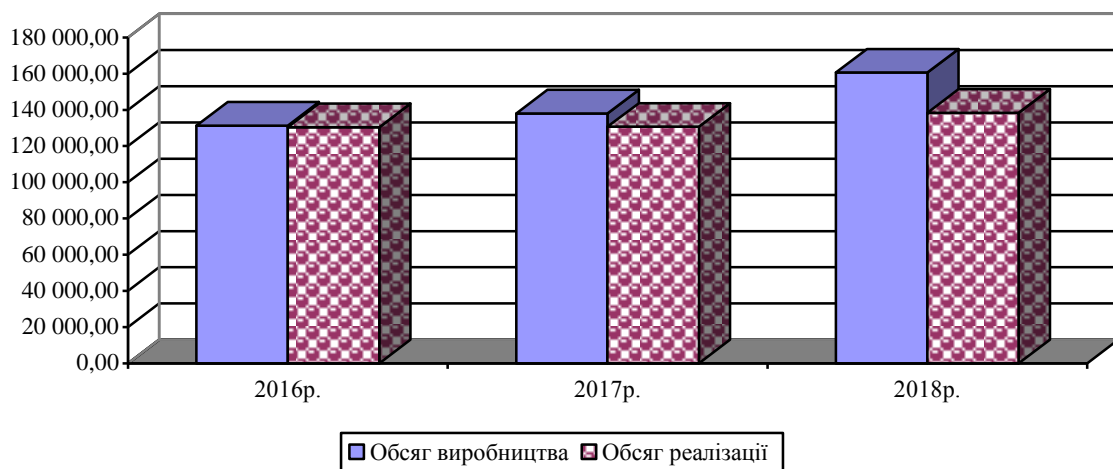


Рис. 3.4 Динаміка обсягів виробництва та реалізації продукції на ТОВ «Парадіз»

На відхилення обсягів реалізації продукції може впливати низка факторів, а саме:

- маркетингова політика підприємства, її гнучкість, активність;
- рівень виконання завдань з випуску продукції за обсягом, асортиментом та якістю;
 - зміна залишків готової продукції на складі на початок і кінець звітнього періоду;
 - зміна залишків товарів відвантажених на початок та кінець звітнього періоду;
 - ритмічність виробництва;
 - забезпеченість підприємства тарою, транспортними засобами;
 - чітка система організації збуту продукції, контролю за ходом випуску, відвантаження продукції, оформлення розрахунків і надходження платежів від покупців;
 - витрати на доставку продукції;
 - збутові знижки за прямими зв'язками та інше.

Отже, на підприємстві необхідно визначити фактори які негативно вплинули на динаміку обсягів реалізації продукції. Даний аналіз показує, що одними з факторів є – відсутність ритмічності виробництва продукції, а також чіткої системи організації збуту продукції.

Наступним одним з важливих напрямків аналізу обсягу виробництва продукції на ТОВ «Парадіз» є вивчення його в асортиментно-структурному розрізі.

Під асортиментом розуміють перелік найменувань продукції із зазначенням обсягу її виробництва по кожному виду.

Основна мета асортиментної політики полягає в тому, щоб направити підприємство на випуск продукції, що по своїй структурі, споживчим властивостям і якості найбільше відповідає потребам покупців. Товаровиробник зайнятий не просто створенням і виробництвом, і формуванням клієнтури.

Формування асортиментів і структури випуску продукції повинне враховувати й ефективне використання трудових, матеріальних і фінансових ресурсів.

Структура – це співвідношення окремих виробів у загальному обсязі виробництва, вираженому здебільшого у відсотках. Зміна асортименту в порівнянні з планом приводить до асортиментних, а структури випуску — структурних зрушень.

Взагалі ці явища тісно пов'язані одне з одним, і тому ми маємо єдині асортиментно-структурні зрушення у випуску продукції [15, с. 45].

Аналіз виконання плану за асортиментом наведений в табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Аналіз асортименту продукції за 2018 рік

№	Виріб	Випуск продукції, тис. грн.			Зараховується у виконання плану, тис.грн.
		За планом	Фактично	Виконання плану, %	
1	2	3	4	5	6
1	Постільна білизна	50 250,0	50 130,0	99,76	50 130,0
2	Домашній текстиль	40 320,0	40 015,0	99,24	40 015,0
3	Рушники	30 120,0	30 318,0	100,66	30 120,0
4	Сувенірна продукція	30 940,0	40 102,0	129,61	30 940,0
Всього		151 630,0	160 565,0	105,89	151 205,0

Загальну характеристику змін в асортименті продукції дає розрахунок однойменного коефіцієнту, який визначається співвідношенням обсягу виробництва продукції, зарахованого у виконання плану по асортименту до планового випуску продукції (формула 3.2):

$$K_{ac} = \frac{\sum (B\Pi_i \leq B\Pi_0)}{B\Pi_0} \quad (3.2)$$

При цьому в виконання плану за асортиментом зараховується

фактичний випуск продукції кожного виду, але не більше ніж заплановано. Розрахунок коефіцієнта виконання плану за асортиментом за даними табл. 3.4.

$$K_{ac} = \frac{151205,0}{151630,0} = 0,997$$

Даний коефіцієнт свідчить, що в цілому по підприємству план виробництва продукції виконаний на 99,71%. Недовиконання плану в грошовому виразі складає 425 тис. грн.

Виконання плану випуску продукції у відсотковому вираженні подано на рисунку 3.5.

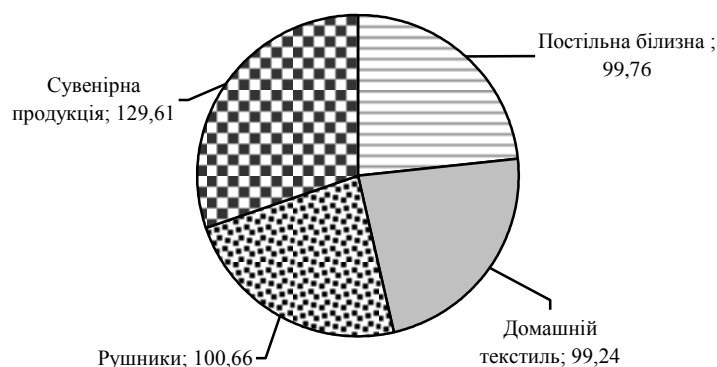


Рис. 3.5 Виконання плану випуску продукції у відсотковому вираженні

Про таке недовиконання плану свідчить збільшення обсягів виробництва за одними видами (рушники – 100,66%, сувенірна продукція – 129,61%) і скорочення за іншими видами продукції (постільна білизна – 99,76%, домашній текстиль – 99,24%), що і призводить до зміни її структури. Тобто питома вага одних видів продукції – зростає, а інших – зменшується

Нерівномірне виконання плану по окремих виробках призводить до відхилення планової структури виробництва готової продукції, та змінює усі інші заплановані показники розвитку підприємства.

Для розрахунку впливу структурних порушень на випуск готової продукції (ΔВПсп), підприємством використовується метод прямого рахунку по всім виробам за формулою 3.3:

$$\Delta \text{ВП}_{\text{сп}} = \text{ВП}_1 - \text{ВП}^1 \quad (3.3)$$

де ВП_1 – фактичний випуск продукції при фактичній структурі;
 ВП^1 – фактичний випуск продукції при плановій структурі;

Розрахунок впливу структурних порушень на випуск продукції наведено в табл. 3.5.

Як показують дані табл. 3.5 відхилення виробництва готової продукції за рахунок структурних порушень дорівнює +8 916,95 тис.грн.

Для визначення узагальнюючого показника, який характеризує виконання завдання по виробництву готової продукції за структурою ($K_{\text{стр}}$) необхідно суму продукції, яка зараховується до виконання завдання за структурою співвіднести з фактичним випуском продукції:

Таблиця 3.5

Аналіз впливу структурних порушень на випуск продукції

№	Виріб	Випуск продукції, тис. грн.		Питома вага		Фактичний випуск при плановій структурі	Зміна випуску продукції за рахунок стр. зрушень	Зарах. в вик. плану по стр.
		За планом	Факт- ично	За планом	Фактично			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Постільна білизна	50250,0	50130,0	33,14	31,22	53211,24	-3081,24	50130,0
2	Домашній текстиль	40320,0	40015,0	26,59	24,92	42694,23	-2697,23	40015,0
3	Рушники	30120,0	30318,0	19,86	18,88	31888,21	+1570,21	30318,0
4	Сувенірна продукція	30940,0	40102,0	20,40	24,98	32755,26	+7346,74	32755,26
Всього		151630,0	160565,0	100	100	160565,0	+8916,95	153218,26

$$K_{\text{стр}} = \frac{153218,26}{160565,00} = 0,954.$$

Таким чином, підприємство повинно постійно контролювати процес

формування асортименту і структури виробництва готової продукції. При цьому треба враховувати, з одного боку, попит на ті чи інші види продукції, а з другого – найбільш ефективно використовувати трудові, матеріальні, технічні, технологічні, фінансові та інші види ресурсів, які є в розпорядженні підприємства.

Наступним одним із немало важливих етапів аналізу на підприємстві є аналіз ритмічності виробництва та реалізації готової продукції.

Для характеристики ритмічності випуску продукції використовують коефіцієнт ритмічності, коефіцієнт варіації, коефіцієнт аритмічності.

Аналіз ритмічності випуску продукції на підприємстві наведено в табл. 3.6.

Таблиця 3.6

Ритмічність випуску продукції по кварталам

Квартал	Випуск готової продукції				Виконання плану, %	Сума, що зараховується в виконання плану по ритмічності	
	За планом		Фактично			Сума тис.грн.	Питома вага, %
	Сума тис.грн.	Питома вага, %	Сума тис.грн.	Питома вага, %			
1	2	3	4	5	6	7	8
1	30 246,1	19,95	34 658,6	21,59	22,86	30 246,1	19,95
2	37 907,5	25,0	40 141,3	25,0	26,47	37 907,5	25,0
3	41 542,3	27,40	45 016,1	28,0	29,69	41 542,3	27,40
4	41 934,1	27,65	40 749,0	25,37	26,87	40 749,0	25,37
Всього за 2018 рік	151 630,0	100	160 565,0	100	105,9	150 444,9	97,72

Аналізуючи дані таблиці, можна зробити висновок, що фактичний обсяг виробництва був більше, ніж плановий на 5,9 %, що становило 8 935,0 тис. грн.

Поряд з цим, у виконання плану зараховано менше 97,72% від загального обсягу виробництва. Ритмічність випуску продукції по кварталам подано на рисунку 3.7.

Коефіцієнт ритмічності за даними табл. 3.6 становить 0,992.

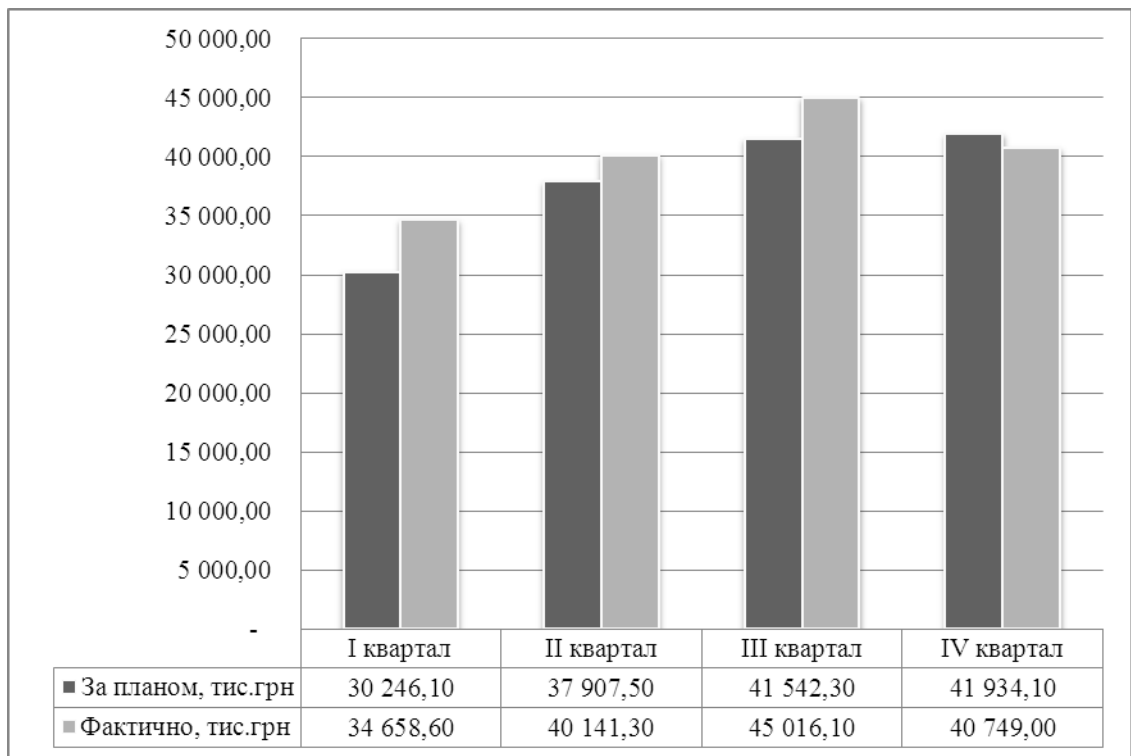


Рис. 3.7 Ритмічність випуску продукції по кварталам за 2018 рік

$$K_{\text{рит}} = \frac{150444,9}{151630} = 0,99$$

Це свідчить про достатньо ритмічну роботу підприємства, але були допущені відхилення від запланованого рівня випуску продукції в четвертому кварталі.

Але коефіцієнт ритмічності не фіксує випадків перевиконання завдання, які мають також негативний вплив на загальну ритмічність, розраховують коефіцієнт аритмічності.

Коефіцієнт аритмічності ($K_{\text{ар}}$) дорівнює $1 - 0,992 = 0,008$.

Оскільки показник аритмічності дуже низький, а саме 0,008, то слід зазначити, що підприємство працює ритмічно і має незначні відхилення по недовиконанню плану.

В умовах сьогодення запорукою досягнення фінансового успіху підприємства є випуск високоякісної продукції. Тому на ТОВ «Парадіз» приділяють значну увагу управлінню якістю продукції, про що свідчить проходження підприємством сертифікації в системі держав Європейського

Співтовариства у 2015 році та проходження сертифікації в системі управління якістю ДСТУ ISO 9001: 2015, у 2016 році.

На міжнародному ринку до поняття якості включається все, що сприймається споживачами, зокрема: фізичні властивості; функціональні характеристики; конструктивні й ергономічні параметри; безпека користування товаром; упаковка; дозування і т. д. У поняття якості входить також і безпека користування товаром, що включає у широкому сенсі й показники екології. Безпроблемна утилізація – теж сучасна вимога до якості.

Забезпечення і підтримка необхідного рівня якості в процесі виготовлення і реалізації продукції неможливі без управління якістю. Важливим елементом цієї системи є аналіз якості продукції [52, с. 276].

Якість продукції залежить від ряду факторів, передусім від організаційно-технічного рівня виробництва, кваліфікації робітників, сировини.

Аналіз якості продукції ґрунтується на системі численних показників, серед яких підприємство виділяє узагальнюючі, індивідуальні й непрямі (табл. 3.7).

Таблиця 3.7

Перелік показників якості продукції

№	Група показників якості продукції	Характеристика	Показники якості продукції
1	2	3	4
1	Узагальнюючі	характеризують якість всієї продукції незалежно від її виду й призначення	<ul style="list-style-type: none"> - питома вага сертифікованої й несертифікованої продукції - питома вага продукції вищої категорії якості - питома вага продукції, що відповідає міжнародним стандартам - питома вага продукції, що експортується
2	Індивідуальні (одичні)	характеризують одне із властивостей продукції	<ul style="list-style-type: none"> - марочність (промисловість будівельних матеріалів) - сортність - надійність (довговічність) - естетичність виробів
3	Непрямі	штрафи за неякісну продукцію, об'єм і	- гарантійний строк роботи, кількість і вартість гарантійних ремонтів розраховуючи на один

Продовження табл. 3.7

1	2	3	4
		питому вагу забракованої продукції, втрати від недоліку	виріб;
			- наявність рекамацій, їхня кількість і вартість
			- відповідність тенденціям
			- наявність і рівень попиту на даний виріб

На підприємстві оцінюючи якість продукції, перш за все аналізують зміну загальних показників якості продукції (табл. 3.8).

Таблиця 3.8

Аналіз загальних показників якості продукції

№	Показники	2017 рік	2018 рік	Відхилення, %
1	Обсяг продукції тис. грн.	130 672,9	138 393,9	+7 720,1
2	Питома вага, % : Продукції вищої категорії якості	65	67	+2
	Продукція, яка відповідає міжнародним стандартам якості	26	31	+5
	Забракованої продукції	6	1,5	-4,5
	Зарекламованої продукції	3	0,5	-2,5

Як видно з таблиці 3.8 за звітний рік на підприємстві проведена відповідна робота по поліпшенню якості продукції і підвищенню її конкурентоспроможності, про що свідчить збільшення питомої ваги продукції вищої категорії, а саме на 2% і продукції яка відповідає міжнародним стандартам якості – 5%.

Загальні показники якості продукції подано на рисунку 3.8.

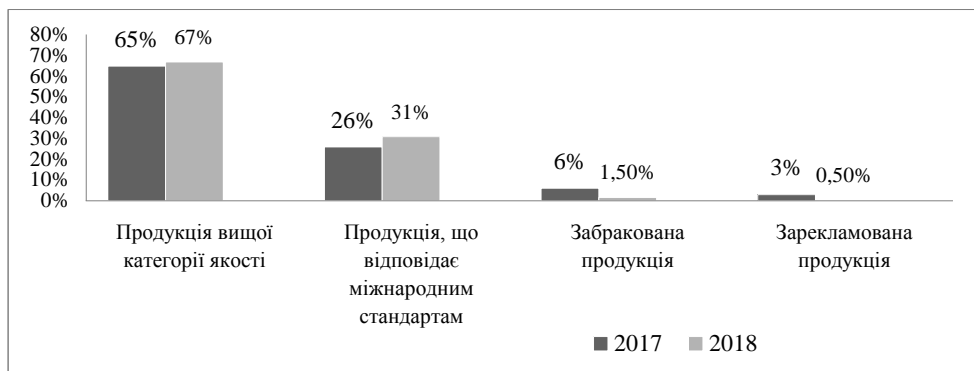


Рис. 3.8 Загальні показники якості продукції за період 2017-2018 рр.

Аналіз якості продукції наведено в таблиці 3.9.

Таблиця 3.9

Аналіз якості продукції за 2018 рік

Простий коефіцієнт	Сорт	Ціна за 1-цю, тис.грн	Випуск продукції, шт		Вартість продукції, тис.грн			
			План	Факт	План	Факт	По ціні 1 сорту	
							План	Факт
1,0	1		72550,0	84681,4		9		
0,9	2		40150,0	32560,2				
0,8	3		10200,0	5861,1				
Разом	-	-	122 900,0	123 102,7	138544,8	138593,0		

Належну точність визначення стану якості продукції забезпечують показники сортності продукції.

3.3 Аналіз збутової діяльності підприємства

В міру насичення ринку та посилення конкуренції вже не виробництво визначає обсяг реалізації, а навпаки, можливий обсяг реалізації є основою розроблення виробничої програми. Підприємство має виробляти тільки ті товари і в такому обсязі, які воно може реально й прибутково реалізувати. Тому реалізація готової продукції – це ланка зв'язку між виробником і споживачем. Від того, як продається продукція, який попит на неї на ринку, залежить і обсяг виробництва [46, с. 17].

Тому на досліджуваному підприємстві аналіз процесу реалізації готової продукції має важливе значення.

Аналіз реалізації продукції на ТОВ «Парадіз» проводиться в кілька етапів. Спочатку оцінюємо виконання планових завдань з реалізації продукції (табл. 3.10).

Таблиця 3.10

Аналіз виконання планових завдань з реалізації продукції у 2018 році

№	Показник	Обсяг реалізації, тис. грн.		Відхилення фактичної реалізації від плану	
		За планом	Фактично	+;-	%
1	Реалізація продукції у діючих цінах підприємства	138 544,8	138 593,0	48,2	0,03

За даними таблиці можна зробити висновок, що план з реалізації продукції у 2018 році було перевиконано на 48,3 тис. грн, що у відсотковому співвідношенні становить 100,03 %.

Наступний етап аналізу передбачає вивчення динаміки реалізації продукції (табл. 3.11).

Виходячи з даних табл. 3.11 слід зазначити, що у 2018 році відбулось значне збільшення реалізації продукції, порівняно із попереднім роком, а саме на 7 920,1 тис.грн., що складає 6,06%.

Таблиця 3.11

Аналіз динаміки обсягу реалізації продукції

№	Показник	2017рік	2018 рік	Відхилення фактичної реалізації від 2013 року	
				+;-	%
1	Реалізація продукції у діючих цінах підприємства, тис.грн.	130 672,9	138 593,0	+7 920,1	6,06

Взаємозалежність, збалансованість обсягів виробництва та реалізації продукції за планом та звітом представлено у табл. 3.12.

За даними таблиці видно, що перевиконання плану з реалізації продукції на 48,2 тис.грн призвело до збільшення випуску продукції порівняно з плановим завданням на 8 935 тис.грн. Підприємство за рахунок залишків готової продукції на складах має можливість збільшити обсяг реалізації на 705,4 тис. грн., фактичний обсяг яких становить 1 305,4 тис. грн.

Таблиця 3.12

Аналіз збалансованості обсягів випущеної та реалізованої продукції

№	Показники	За планом	Фактично	Відхилення від плану (+,-)	Темп росту, %
1	Виробництво продукції	151 630,0	160 565,7	8 935,0	105,9
2	Реалізація продукції	138 544,8	138 593,0	48,2	100,03
3	Зміна залишків готової продукції на складах	600,0	1 305,4	705,4	217,56

ТОВ «Парадіз» має постійні та стабільні контакти з покупцями як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках України. На внутрішньому ринку підприємство реалізує продукцію у всі області України.

Аналіз реалізації продукції тісно пов'язаний з аналізом виконання договірних зобов'язань з постачання готової продукції. Він повинен бути організований в розрізі окремих договорів, видів продукції, термінів постачання (табл. 3.13).

Таблиця 3.13

Аналіз виконання договірних зобов'язань з відвантаження основних видів продукції перед постійними покупцями за 2018 рік

№	Виріб	Споживач	План поставки, тис. шт.	Фактично відвантажено, тис. шт.	Недопоставка продукції	Заліковий обсяг у межах плану
1	Постільна білизна	ТОВ «Сервіс Плюс»	4 524,0	4431	93,0	4431
		ПП «Віва»	5 987,0	5 987,0	-	5 987,0
		ТОВ «Астра Груп»	4 391,0	4322	69,0	4322
2	Домашній текстиль	ТОВ «Камала»	8 396,1	8309,1	87,0	8309,1
		ТОВ «Новий дім»	7 685,3	7 685,3	-	7 685,3
		ТОВ «Астра Груп»	4 752,0	4682	70,0	4682
4	Рушники	ТОВ «АртСервіс»	5 831,0	5757	74,0	5757
		ТОВ «Новий дім»	6 025,2	5944,2	81,0	5944,2
		ПП «Савченко»	3 329,3	3 329,3	-	3 329,3
5	Сувенірна продукція	ТОВ «Новий дім»	5 291,1	5 291,1	-	5 291,1
		ТОВ «Майстерлюкс»	4 524,0	4459	-65,0	4459
		ПП «Нордік»	2 764,0	2677,0	-87,0	2677,0
Всього			63 500,0	62 874,0	-626,0	63 300,0

На основі даних табл. 3.14 далі визначається коефіцієнт виконання договірних зобов'язань (Кд) (формула 3.4):

$$K_d = \frac{B\Pi_o - B\Pi_{\text{нп}}}{B\Pi_o} \quad (3.4)$$

де $B\Pi_o$ – плановий об'єм продукції для укладання договорів;

$B\Pi_{\text{нп}}$ – недопоставка продукції за договорами.

$$K_d = \frac{63500 - 626}{63500} = 0,99, \text{ або } 99\%$$

Згідно табл. 3.13 за 2018 рік кількість недопоставленої готової продукції за договорами склала 626,0 тис. шт. або 1% від всього обсягу. Це свідчить про те, що виконання підприємством своїх договірних зобов'язань знаходиться на досить високому рівні.

Подальше збільшення виробництва та реалізації продукції буде залежати від розширення внутрішніх та зовнішніх ринків збуту, зокрема попитом на неї підприємств та населення в цілому.

В періоді за який проведено аналіз спостерігається значне нарощення об'єму продажу підприємством. Це пояснюється тим, що збільшується частка продукції, яка реалізовується в інших областях України.

Підприємство має наміри впевнено триматися на цих ринках збуту завдяки постійному вдосконаленню якості продукції, ритмічності поставок, порядності і добросовісності при виконанні умов контрактів.

Більш детально реалізацію продукції ТОВ «Парадіз» в інших областях України розглянуто в наступній табл. 3.14.

За даними таблиці спостерігається суттєва позитивна динаміка реалізації продукції за межі області.

Обсяг реалізації в інших областях України збільшився в 2018 році на 86 069 тис. грн., що в першу чергу пов'язано із введенням нових товарів на ринок (подушки декоративні – 20637,0 тис. грн. та 10577,0 тис. грн.).

Таблиця 3.14

Аналіз динаміки реалізації продукції підприємства в інших областях
України за період 2017- 2018 рр.

№	Область	Вид продукції	Обсяг постачання тис.грн		Відхилення +;-
			2017	2018	
1	Харківська	Домашній текстиль	1 364,1	11 631,2	+10267,1
		Постільна білизна	2 085,0	12 691,3	+10606,3
2	Дніпропетровська	Постільна білизна	6 132,2	18 308,1	+12175,9
		Сувенірна продукція	-	20 637,0	+20637,0
3	Полтавська	Рушники	3 092,0	14 843,2	+11751,2
		Домашній текстиль	2 852,0	12 907,0	+10055,0
		Сувенірна продукція	-	10 577,0	+10577,0
Всього			15 525,3	101 594,8	+86069,5

Динаміку реалізації продукції підприємства в інших областях України подано на рисунку 3.9.

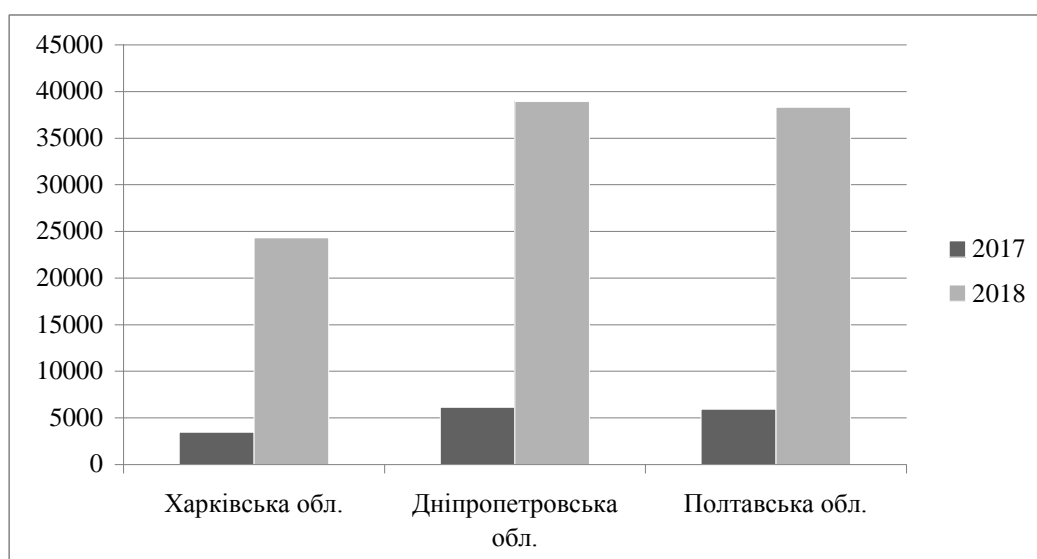


Рис. 3.9 Динаміка реалізації продукції підприємства за межі області за період 2017-2018 рр.

Провівши аналіз обсягів випуску та реалізації продукції необхідно зазначити, що в цілому підприємство має достатньо високі показники, та в цілому позитивну динаміку порівняно із минулими періодами.

Але не зважаючи на це, існують певні недоліки і тому підприємству ТОВ «Парадіз» необхідно розробляти заходи для збільшення обсягів реалізації готової продукції, щоб мати реальні можливості збільшення обсягів реалізації продукції за умови внесення коректив у існуючі маркетингові прогнози, обґрунтування та підготовки комплексу управлінських рішень. Можна виділити такі основні напрями розроблення таких рішень:

- модернізація та поліпшення продукції, що випускається;
- зниження цін на окремі види продукції, з урахуванням рівня цін конкурентів;
- оптимізація каналів збуту;
- підготовка та організація виробництва нових виробів, що користуються попитом.

3.4 Напрями оптимізації управління готовою продукцією

У процесі управління сучасним підприємством аналіз виробництва готової продукції та її реалізації займає головне місце. Метою аналізу виробництва і реалізації готової продукції є обґрунтування управлінських рішень, спрямованих на збільшення обсягів продажу, зміцнення конкурентних позицій підприємства на ринку, розширення його частки, в результаті чого зростають фінансові результати.

На підставі проведеного дослідження нами запропоновано наступні напрями аналізу виробництва готової продукції та її реалізації, що подано на рисунку 3.10.

Визначені напрями аналізу виробництва та реалізації готової продукції дозволять підвищити ефективність її виробництва, конкурентоспроможність та збільшити економічний потенціал підприємства.



Рис. 3.10 Визначені напрями проведення аналізу виробництва готової продукції та її реалізації

На сучасному світовому ринку, де пропозиція перевищує попит, панує покупець, який віддає перевагу продукції, яка найбільшою мірою відповідає його очікуванням і має ціну, яку він готовий заплатити за задоволення своїх потреб.

Тому, щоб продукція мала попит на ринку, тобто, була конкурентоздатною, її якість має бути орієнтована на споживача, на задоволення його потреб і очікувань.

Як відомо головною метою промислового підприємства є отримання максимального прибутку від реалізації готової продукції. У зв'язку з чим на підставі проведеного дослідження нами встановлено взаємозв'язок

фінансового результату від реалізації готової продукції з понесеними витратами на виробництво та визначеними чинниками впливу на результати діяльності (рис 3.11).

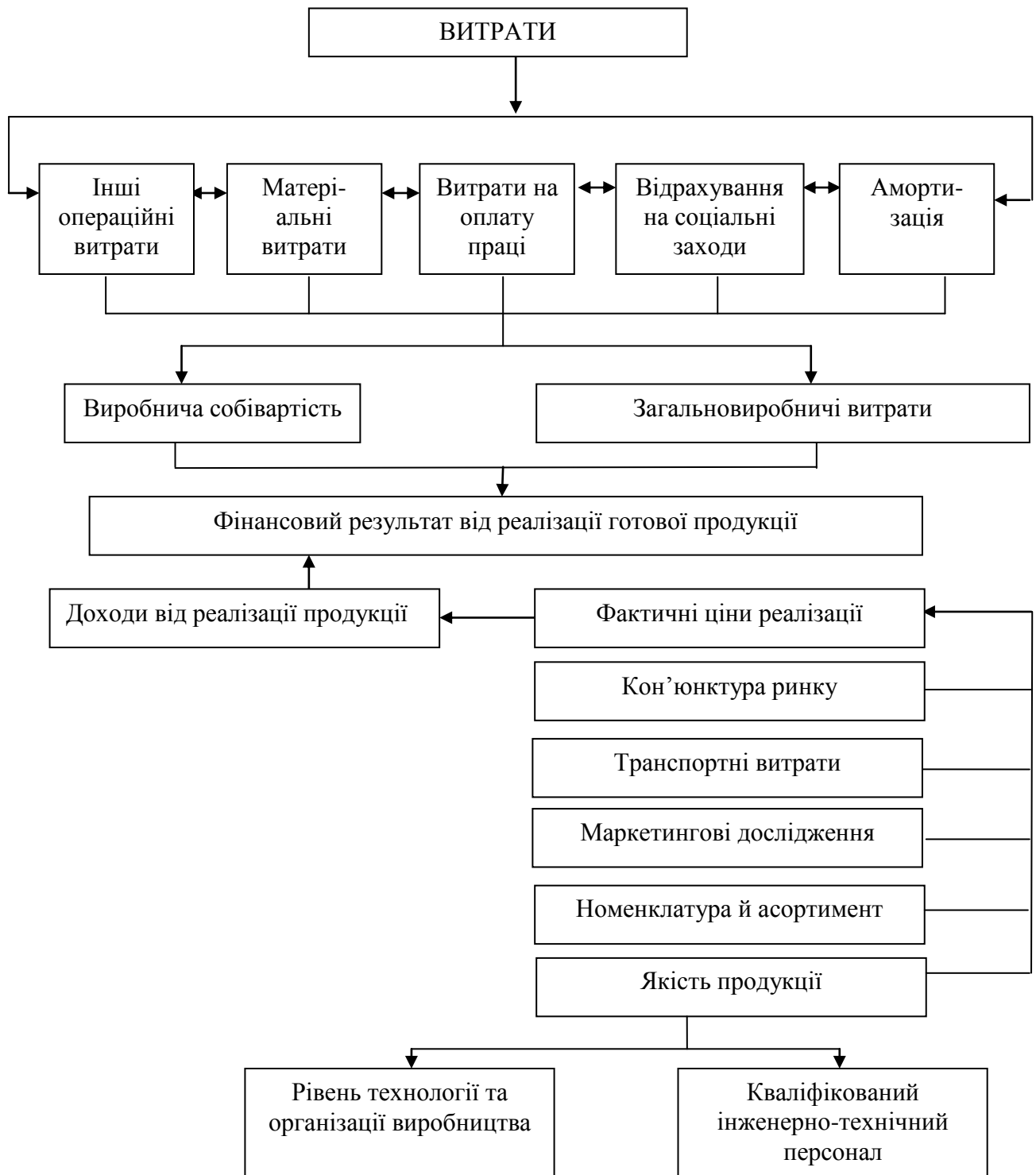


Рис 3. 11 Модель взаємозв'язку фінансового результату від реалізації готової продукції з витратами та чинниками впливу на результати діяльності підприємства

До таких чинників впливу на результати діяльності відносяться: кон'юнктура ринку, транспортні витрати, маркетингові дослідження, номенклатура та асортимент продукції, якість.

Таким чином реалізація готової продукції відбувається за вартістю, яка є результатом взаємодії корисності та витрат підприємства за цінами, які складаються на ринку в результаті коливання попиту й пропозиції.

Основними умовами збільшення торгової виручки, крім збільшення обсягів реалізації продукції, є підвищення якості продукції, правильно організовані маркетингові дослідження, збільшення номенклатури та асортименту продукції, що випускається, своєчасне реагування на зміни попиту на ринку збуту продукції та зменшення транспортних витрат на доставку готової продукції.

На промислових підприємствах доцільно використовувати логістичні способи та прийоми управління випуском і збутом продукції, оскільки в збутовій діяльності й інформаційному забезпеченні процесу збуту готової продукції, який ще називають логістичним сервісом, вони дають найкращі результати.

Для інформаційного забезпечення маркетингових і логістичних процедур необхідно формувати і передавати на відповідні рівні управління повну, своєчасну та достатню інформацію про кількісні та вартісні показники щодо залишків готової продукції на будь-який момент часу, про вартість відпущеної оплаченої та неоплаченої продукції, про сегменти ринків збуту і витрати, пов'язані із збутовою діяльністю.

Необхідну інформацію постачає система обліку, в якій реєструються всі без винятку операції щодо руху готової продукції та її фактичної собівартості, залишків готової продукції за окремими групами та аналітичними позиціями. При цьому, як правило, облікова інформація вміщує набагато більше даних, ніж їх використовують у системі управління. Отже, сьогодні однією з складових ефективної організації обліку наявності та руху готової продукції є високий рівень використання облікової інформації

для оцінки кількісних та якісних характеристик готової продукції. Для того, щоб вдосконалити систему обліку готової продукції, підприємства перш за все повинні організувати систему бухгалтерського обліку для найбільшої її ефективної роботи. Це буде можливим при використанні вищезгаданих пропозицій, поєднаних селективним методом.

ВИСНОВКИ

В сучасних умовах успішна діяльність кожного підприємства залежить від рівня економічної ефективності виробництва готової продукції. Облік та аналіз готової продукції, а також її реалізації є важливою проблемою в діяльності сучасних підприємств України, тому що завдяки виробництву готової продукції вони отримують та максимізують свій прибуток.

Отримання достовірної інформації про операції з руху готової продукції має важливе значення в сучасних умовах розвитку української економіки, так як в період здійснення господарських реформ виникає об'єктивна необхідність дослідження теоретичних в практичних питань щодо обліку виготовлення та реалізації готової продукції, узагальнення і аналізу накопичень досвіду з цієї проблеми.

Результати проведеного дослідження обліку та аналізу руху і реалізації готової продукції на підприємстві дозволили зробити наступні висновки та пропозиції:

1. За результатами дослідження теоретичних підходів до визначення сутності поняття «готова продукція» запропоновано авторське трактування даної категорії, яку пропонується розглядати як частину запасів, що була виготовлена на підприємстві у відповідності із встановленими нормативами та технічними стандартами з метою подальшої реалізації замовникові-покупцеві.

Даний підхід до визначення сутності поняття дає можливість врахувати особливості визнання готової продукції відповідно до нормативно-законодавчого регулювання.

2. Встановлено, що обліково-аналітичний процес на підприємстві організовано на достатньому рівні. Ведення реєстрів первинного та аналітичного обліку здійснюється автоматизовано (1С: Підприємство 8). В цілому первинний, синтетичний та аналітичний облік готової продукції

ведеться без порушень, але є ряд недоліків. Зокрема, це стосується обробки первинних документів.

3. Зазначено, що на підприємстві первинні документи можуть надходити до бухгалтерії із затримкою. У зв'язку з чим в роботі запропоновано складання графіку документообігу з обліку готової продукції, що дозволить отримати інформацію про операції з руху готової продукції в розрізі інформаційних запитів управлінської системи.

4. Доведено, що правильність організації обліку процесу реалізації готової продукції є запорукою безпомилкового визначення результативності діяльності суб'єктів господарювання. Запропоновано аналітичний облік витрат на збут, що сприятиме формуванню належного обліково-інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень щодо реалізації готової продукції.

5. Проведений аналіз руху та реалізації готової продукції на підприємстві свідчить про достатньо ритмічну роботу підприємства. За наведеним даними середньорічний темп приросту обсягів виробництва склав 20%, а реалізації – 21%. Це свідчить про загальну тенденцію зменшення залишків готової продукції на складах підприємства. За звітний рік на підприємстві проведена відповідна робота по поліпшенню якості продукції і підвищенню її конкурентоспроможності, про що свідчить збільшення питомої ваги продукції вищої категорії, а саме на 2% і продукції яка поставляється в інші області України – 5%.

6. Визначено, що реалізація готової продукції відбувається за вартістю, яка є результатом взаємодії корисності та витрат підприємства за цінами, які складаються на ринку в результаті коливання попиту й пропозиції. У зв'язку з чим в роботі встановлено взаємозв'язок фінансового результату від реалізації готової продукції з понесеними витратами на виробництво та визначеними факторами впливу на результати діяльності підприємства до яких відносяться: якість продукції, маркетингові дослідження, номенклатури та асортимент продукції, витрати на

транспортування, кон'юнктура ринку. Цілі, що стоять перед системою управління щодо виробництва та реалізації продукції, мають бути направлені й на забезпечення ефективності функціонування підприємства в майбутньому.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Атамас П. Й. Сучасний бухгалтерський облік, аналіз і аудит : галузевий аспект. Київ : «Герда», 2013. 414 с.
2. Бородкін О. С. Про формування і облік собівартості продукції за ринкових умов. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2012. № 3. С.32 – 41.
3. Бондарюк І.Л. Нормативно-правові аспекти дослідження витрат торговельних підприємств. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Київ : Вип. 10. Частина 2., 2010. С. 17–22.
4. Бутинець Ф. Ф. Бухгалтерський фінансовий облік : підручник. Житомир : Рута, 2006. 832 с.
5. Білецька І.І. Механізм підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства на олігополістичному ринку: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01. Дніпропетровськ, 2006. 20 с.
6. Бірюкова О. Л. Облік реалізації готової продукції. *Все про бухгалтерський облік*. 2016. № 19. С. 6-7.
7. Буфатина И.С. Учет в производстве. *Все о бухгалтерском учете*. 2011. №57. С. 4-17.
8. Вороніна В. Л. Особливості документального відображення руху готової продукції. *Кримський економічний вісник*. Частина І. 2014. 277 с.
9. Воронкова А.В. Концепція управління конкурентоспроможним потенціалом підприємства. *Економіст*. 2017. № 8. С. 14-17.
10. Верига Ю.А. Бухгалтерський облік: навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2008. 396 с.
11. Глібко В.М. Судова бухгалтерія. Київ : Юрінком Інтер, 2016. 224 с.
12. Голубнича Г.П. Удосконалення обліково-аналітичного інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Економіка*. 2015. №6. С. 44–45.

13. Голов С.Ф., Костюченко В.М., Кравченко І.Ю., Ямборко Г.А. Фінансовий облік : підручник. Київ : Лібра, 2015. 976с.
14. Герасим П.М. Фінансовий, управлінський і податковий облік у господарських товариствах. Тернопіль : Економічна думка. 2013. 480 с.
15. Грабовецький Б. Є. Економічний аналіз : навч. посіб. Вінниця : ВНТУ, 2013. 185 с.
16. ДСТУ 2391:2010. Державна система стандартизації України. Порядок розроблення державних стандартів. Київ : Держстандарт України. 2010. 25с.
17. Дерій В.А. Нормативно-правове забезпечення обліку і контролю витрат та доходів підприємств. *Міжнародн. наук. зб.* 2013. Вип. 2. С. 77–83.
18. Жернова Д.О. Теоретичні аспекти аналізу та управління готовою продукцією. *Актуальні проблеми сучасної науки.* зб. тез доп. міжнар. наук.-практ. конф. 3-4 берез. 2018 р. Київ, 2018. С. 36–38.
19. Журавель Г.П. Самовчитель з бухгалтерського обліку за стандартами : навч. посіб. Київ : ВД «Професіонал», 2016. 288 с.
20. Жмур Н.М. Удосконалення обліку готової продукції та її реалізації. *Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємництво».* 2017. № 2. С. 301–304.
21. Івахненко В. М. Курс економічного аналізу : навч. посіб. Київ : Знання-Прес, 2005. 206 с
22. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затверджено наказом Міністерства Фінансів України від 30.11.1999р. №291. URL : <http://www.nbuv.gov.ua> (дата звернення: 15.11.2019).
23. Інструкція по бухгалтерському обліку податку на додану вартість, затверджена наказом Міністерства фінансів України № 141 від 01.07.97 р. Дата оновлення : 16.11.2015р. URL : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0284-97> (дата звернення: 15.11.2019).

- 24.Косміна Р. М. Бухгалтерський облік. Київ : Вища школа, 2016. 274 с
- 25.Лагун М.І. Інформаційне забезпечення аналізу фінансового стану підприємств при визначенні його потенціалу. *Формування ринкових відносин в Україні : Збірник наук. праць*. 2016. №9. С. 64–68.
- 26.Лишиленко О.В. Бухгалтерський фінансовий облік. Київ : Центр Учбової літератури, 2015. 524 с.
- 27.Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 2 (МСБО 2) «Запаси» виданий Радою з Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку зі змінами станом на 01.01. 2012 р. URL : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929_021 (дата звернення: 15.11.2019).
- 28.Мостова Т. В. Облік і аудит готової продукції та її фінансових результатів від реалізації. *Збірник наукових праць, за ред. М.І. Бахмата*. Кам'янець-Подільський. 2019. С. 227–238.
- 29.Мних Є. В. Економічний аналіз. Київ : Центр навчальної літератури. 2013. 412 с.
30. Нашкерська Г.В. Бухгалтерський облік : підручник. Київ : Центр навчальної літератури, 2014. 464 с.
- 31.Огійчук М. Ф. Бухгалтерський облік на підприємствах : підручник. Київ : Алерта, 2011. 1042 с.
- 32.Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16 липня 1999 року № 996-XIV. URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14> (дата звернення: 15.11.2019).
- 33.Про інформацію : Закон України від 02.10.1992 № 2657-XII.: URL : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2657-12> (дата звернення: 15.11.2019).
- 34.Про затвердження типових форм первинних облікових документів з обліку сировини та матеріалів : Наказ Міністерства Статистики України від 21.06.1996 р. № 193. URL : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2657-12> (дата звернення: 15.11.2019).
- 35.Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI. URL : <http://zakon.rada.gov.ua>. (дата звернення: 15.11.2019).

36. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 20.10.1999 р. № 246. URL : <http://zakon.rada.gov.ua>. (дата звернення: 15.11.2019).
37. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Доходи» затверджене наказом Міністерства фінансів України від 29 листопада 1999 р. № 290. URL : <http://zakon.rada.gov.ua>. (дата звернення: 15.11.2019).
38. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» затверджене наказом Міністерства фінансів України від 31 грудня 1999 р. № 318. URL : <http://zakon.rada.gov.ua>. (дата звернення: 15.11.2019).
39. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затверджено наказом Міністерства Фінансів України від 30.11.1999р. №291. URL : <http://zakon.rada.gov.ua>. (дата звернення: 15.11.2019).
40. Положення про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку затверджене наказом Міністерства фінансів України від 24 травня 1995 року № 88. URL : <http://zakon.rada.gov.ua>. (дата звернення: 15.11.2019).
41. Пилипів Н.І. Облік в системі управління підприємством: *Вісник Прикарпатського університету*. Випуск 6. 2018. URL : <http://www.nbuiv.gov.ua/portal> (дата звернення: 15.11.2019).
42. Ромусік Я.М. Легка промисловість України: стан розвитку виробництва та торгівлі. *Економіст*. 2016. №9. С. 29–32.
43. Секіріна Н.В. Загальні підходи до формування і класифікації нормативного забезпечення обліку і контролю витрат на виробництво готової продукції. *Збірн. наук. праць Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту*. 2016. № 2. С. 235–245.
44. Сопко В. В. Бухгалтерський облік : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2015. 578 с.
45. Серединська В. М. Економічний аналіз : навч. посіб. Київ : Астон, 2014. 115с.

- 46.Турило А.М. Управління витратами підприємства: навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2016. 120с.
- 47.Ткаченко Н.М. Бухгалтерський фінансовий облік, оподаткування і звітність : підручник. Київ : Алерта, 2014. 1080 с.
- 48.Цебрій М. М. Проблеми обліку готової продукції і її реалізації. *Матеріали міжнародної науково-практичної конференції*. 2018. 213с. URL : http://www.rusnauka.com/19_AND_2018/Economics/7_141615.doc.htm (дата звернення: 15.11.2019).
- 49.Фадеева А. Н. О методике использования операционного анализа в хозяйственной деятельности предприятия: *Збірник наукових праць*. Дніпропетровськ: ДНУ, 2012. Випуск 132. С. 36–39
- 50.Чупіс А.В. Оцінка, аналіз, планування фінансового становища підприємства : монографія. Суми : Довкілля, 2007. 404 с.
- 51.Юрченко К.М. Методика розподілу непрямих витрат виробництва : *Вісник Податкової служби України*. 2015. № 39. С. 28–30
- 52.Шкарбан С. І. Економічний аналіз : навч. посіб. Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2015. 385 с.
- 53.Шевчук О.А. Облік та управління витратами в умовах розвитку сучасних інформаційних технологій: *Актуальні проблеми економіки в Україні та світі* : зб. тез доп. міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 3-4 берез. 2016 р. Київ, 2016. С. 293–296.
- 54.Юровский Б.Л. Себестоимость продукции. Харьков: Основа, 2012. 203 с.
- 55.Янковець Т. М. Інноваційні стратегії підприємства легкої промисловості як засіб реалізації його інноваційного потенціалу: економіка та управління підприємствами. *Актуальні проблеми економіки*. 2017. №2. С. 167–174.
- 56.Яругова А.С. Управленский учет : опыт экономически развитых стран : учебник. Москва : Финансы и статистика, 2011. 240 с
- 57.Яремко І. Й. Економічні категорії в методології обліку. Львів: Каменяр, 2012. 192 с.

58. Ярмоленко В. П. Собівартість – об’єктивна економічна категорія. *Бухгалтерія в сільському господарстві*. 2016. № 8. С. 8–13.
59. Bartłomiej Nita. Rachunkowość w zarządzaniu strategicznym przedsiębiorstwem. Kraków: [Oficyna. Wolters Kluwer Polska Sp.z.o.o.], 2013. 449 s.
60. Cole W. M. Accounts their construction and interpretation for business men and students of affairs. Boston: Houghton Mifflin Company, 2011. 345 p.
61. Hatfield H. R. Accounting, its principles and problems. New York, 2012. 287 p.
62. Paton W. A. Accounting theory: with special referenceto the corporate enterprise. New York : The Ronald Press Company, 2012. 499 p.
63. Paton W. A. Stevenson. R. A. Principles of accounting. The Macmillan Company, 2008. 685 p.
64. Saliers E. A. Accounts in theory and practice principles. First Edition. New York : Mcgraw-Hill Book Company, Inc., 2010. 301 p.
65. Sprague Ch. E. The philosophy of accounts. Fourth edition. New York : The Ronald Press Company, 2009. 182 p.