

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

ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра обліку та оподаткування

Кваліфікаційна робота

магістра

на тему Облік та аналіз руху готової продукції на ПрАТ «УКРГРАФІТ»

Виконав: студент 2 курсу, групи 8.0710-оа-з
спеціальності 071 «Облік і оподаткування»
освітньої програми «Облік і аудит»

Н.І. Мельник

Керівник: к.е.н., доцент професор Рибалко О.М.

Рецензент: д.е.н., доцент професор Варламова І.С.

Запоріжжя – 2021

**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»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Зав. кафедри _____ Н.М. Проскуріна
« ____ » _____ 2021 року

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

Мельник Наталії Ігорівні

1. Тема роботи: Облік та аналіз руху готової продукції на ПрАТ «УКРГРАФІТ»
керівник роботи Рибалко Олена Михайлівна, к.е.н., професор,
затверджені наказом ЗНУ від 30 червня 2021 р. № 967-с.
2. Строк подання студентом роботи: 30 листопада 2021 р.
3. Вихідні дані до роботи: спеціальна література, законодавчі та нормативні акти, статистичні дані, дані фінансової звітності підприємства.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): розкрити теоретико-методичні основи формування готової продукції; визначити особливості організації і методики обліку готової продукції та її вдосконалення на ПрАТ «УКРГРАФІТ», проаналізувати руху готової продукції на ПрАТ «УКРГРАФІТ».
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень): кваліфікаційна робота містить 18 рис., 11 табл. і 34 формули

6. Консультанти розділів роботи

| Розділ | Консультант | Підпис, дата | |
|--------|----------------------------------|----------------|------------------|
| | | Завдання видав | Завдання прийняв |
| 1 | к.е.н., професор Рибалко О.М. | 05.07.2021 | 05.07.2021 |
| 2 | к.е.н., професор Рибалко О.М. | 12.09.2021 | 12.09.2021 |
| 3 | к.е.н., професор Рибалко О.М. | 03.10.2021 | 03.10.2021 |

7. Дата видачі завдання: 05 липня 2021 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

| № з/п | Назва етапів кваліфікаційної роботи | Строк виконання етапів роботи | Примітка |
|-------|--|----------------------------------|----------|
| 1. | Складання плану роботи, підбір літератури | 05.07.2021 р. – 30.07.2021 р. | виконано |
| 2. | Написання вступу | 01.08.2021 р. – 08.08.2021 р. | виконано |
| 3. | Виконання першого розділу | 09.08.2021 р. – 12.09.2021 р. | виконано |
| 4. | Виконання другого розділу | 13.09.2021 р. – 01.10.2021 р. | виконано |
| 5. | Виконання третього розділу | 02.10.2021 р. – 16.10.2021 р. | виконано |
| 6. | Написання висновків | 17.10.2021 р. – 01.11.2021 р. | виконано |
| 7. | Оформлення роботи, одержання відгуку та рецензії | 01.11.2021 р. – 29.11.2021 р. | виконано |
| 8. | Подання роботи на кафедрі | 30.11.2021 р. | виконано |

Студент _____ Н.І. Мельник
(підпис)Керівник роботи _____ О.М. Рибалко
(підпис)**Нормоконтроль пройдено**Нормоконтролер _____ В.В. Сьомченко
(підпис) (ініціали та прізвище)

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота: 124 с., 3 розділи, 11 табл., 18 рис., 3 додатка, 64 джерела.

ГОТОВА ПРОДУКЦІЯ, РЕАЛІЗАЦІЯ, ДОХОДИ, ВИТРАТИ, ПРИБУТОК, ЗБИТОК, РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ, КЛАСИФІКАЦІЯ, АНАЛІЗ, ЕФЕКТИВНІСТЬ

Об'єкт дослідження – процес ведення бухгалтерського обліку та аналіз реалізації готової продукції на ПрАТ «УКРГРАФІТ».

Метою кваліфікаційної роботи є наукове обґрунтування теоретичних положень і розроблення практичних рекомендацій щодо вдосконалення обліку та аналіз ефективності використання готової продукції на ПрАТ «УКРГРАФІТ».

Методи дослідження: індукції та дедукції; методи теоретичного узагальнення та порівняння, групування; абстрактно-логічний метод та метод причинно-наслідкових зв'язків; методи аналогії, аналізу та синтезу, порівняння; графічний метод.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в обґрунтуванні теоретичних та методичних положень і розробці практичних рекомендацій щодо вдосконалення обліку та аналіз готової продукції для забезпечення інтересів користувачів у сучасних економічних умовах.

Основні результати, що відображають наукову новизну дослідження, полягають у такому:

удосконалено:

– структура інформаційного забезпечення управління доходами від реалізації готової продукції, яка дозволить скоротити витрати на ведення обліку, забезпечить цінність та непереривність всієї облікової інформації,

скласти бухгалтерську (фінансову) звітність, адекватно відображувану результати діяльності організації для зацікавлених груп користувачів.

набули подальшого розвитку:

- зміст сутності трактування терміну «готова продукція», як економічної категорії для потреб бухгалтерського обліку, щоб досягти єдності в термінології, тобто – це речовинна продукція, виконані роботи і надані послуги;

- порядок синтетичного та аналітичного обліку шляхом відкриття субрахунків 26/1 «Основна продукція», 26/2 «Супутня продукція», 26/3 «Побічна продукція», а також 26/4 «Повернення продукції в суму доходу», 26/5 «Повернення продукції по фактичній собівартості», 26/6 «Списання повернення», що дозволить спростити й уніфікувати порядок складання кореспонденції рахунків по відображенню повернення продукції та це у свою чергу дозволить підвищити якість та оперативність обліково-аналітичної інформації;

- пропозиції щодо зниження резервів собівартості продукції за рахунок недозволеності перевиplat по окремих статтям витрат та загальновиробничих і загальногосподарських витрат, а також переведення в дію резервів збільшення виробництва валової продукції і зниження собівартості, які оказані виробництву, що дасть можливість підвищити виробництво і реалізацію промислової продукції.

Отримані результати дослідження спрямовані на підвищення достовірності та оперативності обліку готової продукції та можуть використовуватися при розробці нормативних матеріалів з бухгалтерського обліку та аналізу.

SUMMARY

Qualifying work contains 124 pp., 3 sections, 11 tab., 18 fig., 3 annex, 64 references.

FINISHED PRODUCTS, SALES, INCOME, EXPENSES, PROFIT, LOSS, PROFITABILITY, CLASSIFICATION, ANALYSIS, EFFICIENCY

The object of research is the process of accounting and analysis of sales of finished products at PJSC "UKRGRAFIT".

The purpose of the qualification work is the scientific substantiation of theoretical provisions and the development of practical recommendations for improving the accounting and analysis of the effectiveness of the use of finished products at PJSC "UKRGRAFIT".

Research methods: inductions and deductions; methods of theoretical generalization and comparison, grouping; abstract-logical method and the method of causal relations; methods of analogy, analysis and synthesis, comparison; graphic method.

The scientific novelty of the obtained results lies in the substantiation of theoretical and methodological provisions and the development of practical recommendations for improving the accounting and analysis of finished products to ensure the interests of users in modern economic conditions.

The main results, reflecting the scientific novelty of the study, are as follows:

improved:

- the structure of information support for the management of revenues from sales of finished products, which will reduce accounting costs, ensure the value

and continuity of all accounting information, prepare accounting (financial) statements that adequately reflect the results of the organization for stakeholders.

have been further developed:

- the essence of the interpretation of the term "finished product" as an economic category for accounting purposes to achieve unity in terminology, ie - it is a tangible product, work performed and services rendered;

- the order of synthetic and analytical accounting by opening sub-accounts 26/1 "Main products", 26/2 "Related products", 26/3 "By-products", as well as 26/4 "Return of products in the amount of income", 26/5 Return of products at actual cost ", 26/6" Write-off of return ", which will simplify and unify the procedure for compiling correspondence accounts to reflect the return of products and this in turn will improve the quality and efficiency of accounting and analytical information;

- proposals to reduce production cost reserves due to the inadmissibility of overpayments on certain items of expenditure and overhead and overhead costs, as well as the transfer of reserves to increase gross output and reduce costs, which are provided to production, which will increase production and sales.

The results of the study are aimed at improving the reliability and efficiency of accounting for finished products and can be used in the development of regulatory materials for accounting and analysis.

ЗМІСТ

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

РЕФЕРАТ

SUMMARY

СКОРОЧЕННЯ ТА УМОВНІ ПОЗНАКИ

ВСТУП..... 11

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ
ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

1.1 Обліково-економічна сутність готової продукції..... 16

1.2 Формування програми випуску продукції..... 25

1.3 Міжнародні стандарти у системах управління якістю продукції..... 31

РОЗДІЛ 2 ОРГАНІЗАЦІЯ І МЕТОДИКА ОБЛІКУ ГОТОВОЇ
ПРОДУКЦІЇ ТА ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ НА ПРАТ «УКРГРАФІТ»

2.1 Організаційно-економічна характеристика підприємства..... 55

2.2 Порядок формування первісної вартості та документування
господарських операцій з руху готової продукції..... 63

2.3 Відображення операцій з руху готової продукції на рахунках
бухгалтерської обліку..... 73

2.4 Удосконалення обліку готової продукції та її реалізації..... 77

РОЗДІЛ 3 АНАЛІЗ РУХУ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ НА
ПРАТ «УКРГРАФІТ»

3.1 Завдання та інформаційне забезпечення аналізу виробництва і
реалізації продукції..... 84

3.2 Аналіз ритмічності роботи підприємства..... 87

3.3 Аналіз факторів і резервів збільшення випуску і реалізації
продукції..... 93

ВИСНОВКИ..... 107

| | |
|--|-----|
| ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ..... | 112 |
| ДОДАТОК А Відображення в обліку операцій з руху готової продукції..... | 118 |
| ДОДАТОК Б Баланс (звіт про фінансовий стан) на 31.12.2020..... | 120 |
| ДОДАТОК В Звіт про фінансові результати (звіт про сукупний дохід) за 2020 рік..... | 123 |

СКОРОЧЕННЯ ТА УМОВНІ ПОЗНАКИ

ВР – Верховна Рада

грн. – гривень

Д-т – дебет

ЗУ – Закон України

К-т – кредит

ПДВ – податок на додану вартість

ПрАТ – приватне акціонерне товариство

р. – рік

П(С)БО – положення (стандарти) бухгалтерського обліку

тис. грн – тисяч гривень

ТОВ – товариство з обмеженою відповідальністю

ВСТУП

Реалізація продукції завершує операційний цикл у діяльності підприємства. У ринкових умовах процедурі її планування передують виробничий процес. Підприємство має виробляти ту продукцію, яка користується попитом на ринку збуту. Головну роль у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства відіграє система контролю за реалізацією продукції, оскільки вона впливає на фінансовий результат, який є узагальнюючим показником роботи підприємства. За таких умов завданням обліку є забезпечення управлінського персоналу інформацією для оперативного регулювання реалізації продукції, планування майбутньої діяльності, запобігання суб'єктивності у процесі прийняття рішень.

Проте, без достовірної, релевантної, систематизованої належним чином інформації про особливості обліку процесу реалізації продукції, товарів, робіт, послуг неможливе ефективне управління підприємством. Чіткий і своєчасний облік відвантажених і реалізованих виробів сприяє посиленню контролю за наявністю матеріальних цінностей, забезпеченню підприємств коштами, виявленню суспільної корисності виробленого продукту і прискоренню обертання оборотних коштів. Розвиток теоретичних основ та удосконалення концептуальних підходів до ведення бухгалтерського обліку потрібно тісно пов'язувати із процесами виробництва і реалізації в конкретній галузі економіки.

Саме це зумовило актуальність вибраної теми кваліфікаційного дослідження, яка потребує детального вивчення, дослідження та аналізу.

Значний внесок у розвиток методологічного обґрунтування ведення обліку процесів виробництва і реалізації продукції здійснили провідні вітчизняні вчені: Білуха М.Т., Бородкін О.С., Бутинець Ф.Ф., Гарасим П.М., Герасимович А.М., Голов С.Ф., Дем'яненко М.Я., Єфіменко В.І.,

Кірейцев Г.Г., Кропивко М.Ф., Кужельний М.В., Кузьмінський Ю.А., Литвин Ю.Я., Німчинов П.П., Олійчук М.Ф., Пархоменко В.М., Пушкар М.С., Саблук П.Т., Савчук В.К., Сопко В.В., Ткаченко Н.М., Цал-Цалко Ю.С., а також і зарубіжні вчені: Андерсон Х., Велш Г.А., Вуд Ф., Друрі К., Нідлз Б., Пізенгольц М.З., Хелкам Дж. Можливість вибраних проблем та їхня і практична важливість обумовили вибір теми кваліфікаційної роботи, визначили її актуальність, мету, завдання та зміст.

Метою кваліфікаційної роботи є наукове обґрунтування теоретичних положень і розроблення практичних рекомендацій щодо вдосконалення обліку та аналіз ефективності використання готової продукції на ПрАТ «УКРГРАФІТ».

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати наступні завдання:

- узагальнити наукові підходи щодо визначення готової продукції як економічної категорії з метою уточнення та провести аналіз спеціальної літератури і нормативної бази;

- подати пропозиції, щодо вдосконалення порядку ведення синтетичного та аналітичного обліку готової продукції;

- вивчити методику обліку випуску і реалізації готової продукції на підприємстві;

- запропонувати резерви зниження собівартості продукції.

Об'єктом дослідження є процес ведення бухгалтерського обліку та аналіз реалізації готової продукції на ПрАТ «УКРГРАФІТ».

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних, практичних питань обліку та аналіз руху готової продукції на підприємстві.

У процесі написання кваліфікаційної роботи використано загальнонаукові та специфічні методи наукового пізнання. Методи індукції та дедукції – для визначення місця готової продукції в системі обліку. Методи теоретичного узагальнення та порівняння дали можливість уточнити

понятійний апарат кваліфікаційної роботи в частині трактування сутності поняття «готова продукція». Методологічною основою дослідження є системний підхід до розкриття економічної сутності готової продукції і процесу її реалізації. Теоретичною та методичною основою дослідження є наукові розробки вітчизняних і зарубіжних економістів з обліку й аналізу готової продукції, законодавчі та нормативні акти України, інструктивні матеріали, матеріали Держкомстату України, а також дані бухгалтерського обліку підприємства. За допомогою методів групування та узагальнення вдосконалено трактування терміну «готова продукція» для потреб бухгалтерського обліку. Абстрактно-логічний метод та метод причинно-наслідкових зв'язків були використані під час дослідження положень забезпечення достовірності формування інформації про готову продукцію в Податковому кодексі та в процесі теоретичного узагальнення й формування висновків. Методи аналогії, аналізу та синтезу, порівняння дозволили обґрунтувати поєднання методів нарахування готової продукції, що задовольняє інтереси користувачів. Для побудови діаграм, таблиць і схем – використано графічний метод. Особливе місце в кваліфікаційній роботі відведено основним напрямкам і інформаційному забезпеченню аналізу реалізації готової продукції.

Інформаційною базою дослідження є фундаментальні концепції та гіпотези сучасної теорії бухгалтерського обліку і аналізу, нормативно-правові акти України, наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених економістів з питань теорії та організації бухгалтерського обліку і аналізу, монографічні та періодичні фахові видання, матеріали всеукраїнських і міжнародних наукових і науково-практичних конференцій, дані бухгалтерського обліку та звітності промислового підприємства, Інтернет-ресурси тощо.

У роботі використані результати проведеного автором обстеження підприємства ПрАТ «УКРГРАФІТ».

Наукова новизна одержаних результатів полягає в обґрунтуванні теоретичних та методичних положень і розробці практичних рекомендацій щодо вдосконалення обліку та аналіз готової продукції для забезпечення інтересів користувачів у сучасних економічних умовах.

Основні результати, що відображають наукову новизну дослідження, полягають у такому:

удосконалено:

– структура інформаційного забезпечення управління доходами від реалізації готової продукції, яка дозволить скоротити витрати на ведення обліку, забезпечить цінність та непереривність всієї облікової інформації, скласти бухгалтерську (фінансову) звітність, адекватно відображувану результати діяльності організації для зацікавлених груп користувачів.

набули подальшого розвитку:

– зміст сутності трактування терміну «готова продукція», як економічної категорії для потреб бухгалтерського обліку, щоб досягти єдності в термінології, тобто – це речовинна продукція, виконані роботи і надані послуги;

– порядок синтетичного та аналітичного обліку шляхом відкриття субрахунків 26/1 «Основна продукція», 26/2 «Супутня продукція», 26/3 «Побічна продукція», а також 26/4 «Повернення продукції в суму доходу», 26/5 «Повернення продукції по фактичній собівартості», 26/6 «Списання повернення», що дозволить спростити й уніфікувати порядок складання кореспонденції рахунків по відображенню повернення продукції та це у свою чергу дозволить підвищити якість та оперативність обліково-аналітичної інформації;

– пропозиції щодо зниження резервів собівартості продукції за рахунок недозволеності перевиplat по окремих статтям витрат та загальновиробничих і загальногосподарських витрат, а також переведення в дію резервів збільшення виробництва валової продукції і зниження

собівартості, які оказані виробництву, що дасть можливість підвищити виробництво і реалізацію промислової продукції.

Практичне значення одержаних результатів полягає в розробленні рекомендацій, спрямованих на вдосконалення обліку і аналіз готової продукції та її реалізації. Застосування на практиці запропонованих автором рекомендацій дозволить забезпечити ефективність використання готової продукції. Отримані результати дослідження спрямовані на підвищення достовірності та оперативності обліку готової продукції та можуть використовуватися при розробці нормативних матеріалів з бухгалтерського обліку та аналізу.

Основні положення і результати дослідження, що викладені в науковій роботі пройшли апробацію шляхом обговорення на XV Міжнародній науково-практичній конференції «Управління соціально-економічним розвитком регіонів та держави» (15-16 квітня 2021 року), XIII Студентській науково-практичній конференції «Проблеми та перспективи розвитку економіки України: погляд молоді» (06-07 квітня 2021 року), XIV університетській науково-практичній конференції студентів, аспірантів і молодих вчених «Молода наука – 2021» (квітень 2021 року). Були надруковані тези доповідей: «Випуск продаж готової продукції в комерційних організаціях», «Оцінка готової продукції в системі бухгалтерського обліку», «Облік і аналіз в системі управління готовою продукцією підприємства». Опубліковані наступні статті: «Готова продукція в системі бухгалтерського обліку» (журнал «Наука онлайн», №6, червень 2021 року), «Управлінський облік витрат оцінки якості продукції» (журнал «Наука онлайн», №7, липень 2021 року).

Кваліфікаційна робота складається із вступу, 3 розділів, висновків, переліку посилань та додатків.

Загальний обсяг роботи становить 124 сторінки, на яких розміщено 18 рисунків, 11 таблиць, 3 додатка та 64 пункти використаних джерел.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

1.1 Обліково-економічна сутність готової продукції

Основна діяльність підприємства полягає у здійсненні операцій, пов'язаних з виробництвом та реалізацією продукції, які є головною метою створення підприємства.

Процес виробництва включає комплекс цілеспрямованих процесів, що здійснюються з залученням людської праці, яка з використанням засобів праці дозволяє отримати в результаті готову продукцію. Процеси виробництва поділяються на три типи: основні процеси, допоміжні та обслуговуючі.

Процес основного виробництва включає пряме перетворення предметів праці, сировини в готову продукцію, яка, за умови використання планування на підприємстві, безпосередньо може бути запланована в плані виробництва по підприємству. В свою чергу допоміжні процеси виробництва допомагають забезпечити безперервний процес виготовлення продукції, але не приймають участь в прямому виробництві продукції. Тобто, до допоміжного процесі виробництва відносять: ремонт обладнання, комунальні послуги тощо.

До обслуговуючого типу процесу виробництва відносяться транспортні та складські процеси роботи, які залежать від основного та допоміжного процесу виробництва. Готовою вважається продукція повністю закінчена обробкою, укомплектована, яка пройшла необхідні випробування (перевірки), відповідає діючим стандартам або затвердженим технічним умовам (має сертифікат чи інший документ, що засвідчує якість), прийнята відділом технічного контролю підприємства та здана на склад або ж

прийнята замовником (якщо готова продукція здається на місце) відповідно до затвердженого порядку її прийняття (оформлена встановленими нормами здаваними документами). Відповідно до ДСТУ ISO 9000-2007 «Системи управління якістю. Основні положення та словник» термін «продукція» визначається, як отриманий результат, що отриманий за умов перетворення взаємопов'язаних видів діяльності, в основі яких перетворення входів на виходи [18, С. 10-11]. Пропонуємо розглянути тлумачення поняття «готова продукція» різними науковцями, що дозволить розкрити мету нашого дослідження (таблиця 1.1).

Готова продукція – це вихідний виріб, який отриманий при сполученні сировини й матеріалів, частини запасів, людської праці та призначений для подальшого використання в продажі за різними цільовими призначеннями.

Таблиця 1.1 – Тракткування поняття «готова продукція» науковцями

| Автор | Визначення |
|-------------------------------|--|
| 1 | 2 |
| Бутинець Ф.Ф. | 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 [5]. |
| Вороніна В.А., Черниш В.В. | 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 [8]. |
| Глібко В.М., Бушан О. П. | 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. На відміну від тієї, яка в обліку зазначається як готова продукція, цей вид продукції називають «виконані роботи і послуги». Отже, продукція підприємства складається з готової продукції та виконаних робіт і послуг [12]. |
| Сопко В.В. | 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 [55]. |

Продовження таблиці 1.1

| 1 | 2 |
|---------------|--|
| Ткаченко Н.М. | Готова продукція – це продукція (виріб, напівфабрикат, робота, послуга), що повністю закінчена обробкою на даному підприємстві, пройшла всі стадії технічного випробування (якщо вимагають відповідні її особливості), приймання, укомплектування згідно з умовами договорів із замовниками і відповідає технічним умовам і стандартам, не потребує подальшої обробки на цьому підприємстві і здана на склад. 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. Наприклад, перевезення вантажів своїм транспортом для інших підприємств, ремонтні роботи, будівництво та інше [58]. |
| Хом'як Р.Л. | 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 [60]. |
| Шваб Л.І. | Готова продукція – це запаси виробів на складі, обробка яких закінчена та які пройшли випробування, приймання, укомплектовані згідно з умовами договорів із замовниками й відповідають технічним умовам і стандартам [64]. |

На підставі проведеного аналізу наукових поглядів трактування «готова продукція» можна запропонувати нове, тобто готова продукція - це речовинна продукція, виконані роботи і надані послуги.

Проте, згідно Методичних рекомендацій щодо складання рахунку капіталу за інституційними секторами економіки, готова продукція включає товари, що зберігаються на підприємствах, які їх виробляють і використовують для постачання іншим інституційним одиницям і які не призначені для подальшої переробки на даному підприємстві [48, С. 11-12].

Також у Положенні (стандарті) бухгалтерського обліку (П(С)БО) 9 «Запаси», в якості готової продукції використовується продукт, що отриманий в процесі виготовлення на підприємстві й відповідає безпосередньо всім затвердженим технічним характеристикам, що передбачені нормативними документами, актами, або зазначені в договорі [46, С. 87-88]. Відповідно, у нормативних документах, роботи і послуги не відносяться до складу готової продукції.

З метою організації безперервного заохочення потреб ринку проводиться етап планування виготовлення готової продукції з використанням безосередньо системи показників обсягу виробництва продукції, що включають натуральні й вартісні показники.

До натуральних показників відноситься обсяг виробництва продукції в натуральних одиницях випуску, що включає детальний список номенклатури та асортименту.

Номенклатура – це список окремих найменувань видів продукції. До асортименту відноситься групування виробів в розрізі окремого списку номенклатури. Натуральні показники прийнято використовувати у вигляді фізичних одиниць виміру (штуки, тонни, метри тощо).

Номенклатура підприємства поділяється на два види:

- централізована – яка формується, в результаті виниклих державних замовлень;
- децентралізована – яка формується в результаті проведеного аналізу попиту від споживачів, що в свою чергу приводить до планування операцій закупівель та виробництва.

Пропонуємо відобразити формулу розрахунку обсягу виробництва продукції в основі, якої лежить обсяги закупівель (поставок) у натуральних одиницях виміру (формула 1.1):

$$OB = OP - Z_n + Z_k, \text{ натур.од.}, \quad (1.1)$$

де OB – обсяг виробництва продукції в натуральних одиницях;

OP – обсяг поставок у натуральних одиницях;

Z_n, Z_k – запаси продукції на складі, відповідно, на початок і на кінець планового обсягу натуральних одиниць.

При використанні планування, доречно проводити аналіз виконання

планів в розрізі груп асортиментності та деталізовано до номенклатури, шляхом порівняння фактичних показників випуску продукції з встановленими плановими показниками.

При проведенні оцінки рівня заохочення виникших потреб споживачів використовуються натуральні показники виробничої програми, що дозволяють при оцінці враховувати детальні характеристики продуктів та їх якість.

До вартісних показників відносять:

- обсяги товарної вартості;
- обсяги валової вартості,
- обсяги реалізованої вартості,
- обсяги нормативної вартості виробітку,
- обсяги незавершеного виробництва.

До вартісного показника обсягу товарної продукції необхідно відносити додатково капітальний ремонт підприємства, вартість напівфабрикатів та запчастин, тару, яка не входить в оптову ціну виробу, роботи, що пов'язані з використанням та освоєнням технічних засобів.

Для розрахунку показника обсягу товарної продукції використовується формула 1.2:

$$ТП = \sum_{i=1}^n N_i Ц_i + P, \text{ грн.}, \quad (1.2)$$

де ТП – обсяг товарної продукції;

N_i – випуск продукції i -го виду в натуральних одиницях;

$Ц_i$ – оптова ціна одиниці виробу i -го виду, грн.;

P – вартість робіт і послуг іншим підприємствам, грн.;

n – кількість видів продукції, що виготовляються на підприємстві.

При розрахунку валової продукції, необхідно враховувати вартість всієї

продукції незалежності від ступеня готовності. Пропонуємо навести формулу розрахунку валової продукції 1.3:

$$\text{ВП} = \text{ТП} + (\text{НЗВ}_к - \text{НЗВ}_п) + (\text{I}_к - \text{I}_п), \text{ грн.}, \quad (1.3)$$

де ВП – валова продукція;

$\text{НЗВ}_к$, $\text{НЗВ}_п$ – вартість залишків незавершеного виробництва, відповідно, на початок і кінець планового періоду, грн.;

$\text{I}_к$, $\text{I}_п$ – вартість інструменту для власних потреб, відповідно, на початок і кінець планового періоду, який виготовляє саме підприємство, грн.

Важливо зазначити, що підприємство має можливість використовувати власну виготовлену продукцію в своїй господарській діяльності. При розрахунку показників дана кількість використаної продукції підприємством також враховується при розрахунку, та визначається на основі балансів матеріальних ресурсів, що відображають потребу у них та джерела її покриття. Показник валового обороту підприємства включає обсяги валової продукції (не враховуючи її ціль використання).

Показник внутрізаводського обороту виражається у вигляді кількості продукції, яка використовується з метою переробки та розраховується за формулою 1.4:

$$\text{ВП} = \text{ВО} - \text{ВЗО}, \text{ грн.}, \quad (1.4)$$

де ВО – валовий оборот підприємства;

ВЗО – внутрізаводський оборот.

Показник реалізованої продукції, включає обсяги відвантаженої продукції покупцеві, за яку клієнт в свою чергу повинен здійснити платіж й

відповідно показник розраховується за формулою 1.5:

$$РП = ТП + (\Gamma_{п} - \Gamma_{к}) + (B_{нп} - B_{нк}), \text{ грн.}, \quad (1.5)$$

де РП – реалізована продукція;

$\Gamma_{п}$, $\Gamma_{к}$ – залишки готової нереалізованої продукції, відповідно, на початок і на кінець планового року, грн.;

$B_{нп}$, $B_{нк}$ – залишки відвантаженої продукції, за яку термін оплати не настав, продукції на відповідальному зберіганні у покупців, відповідно, на початок і на кінець планового року, грн.

Показник обсягу реалізованої продукції розраховується з урахуванням фактичного показника плану продажів за формулою 1.6:

$$РП_{п} = РП - \sum_{i=1}^n N_i * C_i, \text{ грн} \quad (1.6)$$

де $РП_{п}$ – реалізована продукція з урахуванням виконання плану поставок;

$\sum_{i=1}^n N_i C_i$ – вартість недопоставленої продукції, грн.

Показник нормативної вартості, що використовується в матеріаломітських галузях, розраховується в якості отриманого добутку нормативної вартості обробітку одного виробу і-го виду (НВО), і кількості виготовлених виробів і-го виду (N_i) (формули 1.7, 1.8):

$$НВО = \sum_{i=1}^n НВО_i N_i + P, \text{ грн.}, \quad (1.7)$$

$$НВО_i = Z_{врі} + C_{ві} + Z_{ві} + \Pi_i, \text{ грн.}, \quad (1.8)$$

де НВО – нормативна вартість обробітку;

$Z_{врі}$ – заробітна плата виробничих робітників (основна і додаткова з відрахуваннями на соціальні заходи) на одиницю виробу і-го виду, грн.;

$Ц_{в}$ – цехові витрати на одиницю виробу і-го виду, грн.;

$Z_{в}$ – адміністративні витрати на одиницю виробу і-го виду, грн.;

$П_i$ – прибуток, що припадає на одиницю виробу і-го виду, грн.

Вартісний показник розміру продукції в частині незавішеного виробництва розраховується за формулами 1.9:

$$НЗВ = \frac{N * C_{в} * T_{ц} * K_{нз}}{Д}, \text{ грн.}, \quad (1.9)$$

де НЗВ – величина продукції у незавершеному виробництві у вартісному виразі;

N – кількість виробів у натуральних одиницях;

$C_{в}$ – виробнича собівартість одного виробу, грн.;

$T_{ц}$ – тривалість циклу виготовлення одного виробу, робочих днів;

$K_{нз}$ – коефіцієнт наростання витрат при виготовленні виробу;

$Д$ – кількість робочих днів в розрахунковому періоді.

$$K_{нз} = \frac{M + 0,5C}{C} \text{ або } K_{нз} = \frac{C_0 + 0,5C_{п}}{C_0 + C_{п}} \quad (1.10)$$

де M – сума матеріальних витрат на виробництво одного виробу, грн.;

C – собівартість одиниці виробу без матеріальних витрат, грн.;

C_0 – одноразові витрати на початку циклу виготовлення продукції, грн.;

$C_{п}$ – поточні витрати на виготовлення продукції, грн.

На підприємствах, що займаються виробництвом рекомендується затверджувати виробничу програму підприємства, що включає етапи виконання завдань виробництва та комплектації й доставки продукції

безпосередньо до замовника з деталізацією по номенклатурі в розрізі термінів виконання з врахуванням договорів продажу.

Бізнес-план виробничого процесу підприємства повинен враховувати особливості ринків збуту, конкурентоспроможність, затвердженні дії.

Обсяг виробництва, наприклад, валової чи товарної продукції може бути обчислений через величину згаданих ресурсів за формулами 1.11, 1.12:

$$\text{ВП(ПТ)} = \Phi_{\text{сер}} F_{\text{в}}, \text{ грн.}, \quad (1.11)$$

де $\Phi_{\text{сер}}$ – середньорічна вартість основних виробничих фондів підприємства, грн.;

$F_{\text{в}}$ – фондівіддача, грн.

$$\text{ВП(ТП)} = Ч \times \Pi_{\text{п}}, \text{ грн.}, \quad (1.12)$$

де $Ч$ – чисельність працюючих на підприємстві, осіб;

$\Pi_{\text{п}}$ – продуктивність праці, яка може бути виражена показником виробітку, грн./чол.

Показник обсягу виробництва виробу, що відображається в натуральній одиниці виміру розраховується з врахування матеріальних ресурсів та норм їх витрат на одиницю продукції.

$$N = \frac{M_{\text{заг}}}{q}, \text{ натур. од.} \quad (1.13)$$

де N – обсяг виробництва продукції в натуральних вимірниках;

$M_{\text{заг}}$ – величина матеріальних ресурсів, поставлених підприємству в плановому році.

Важливо зазначити, що показник обсягу випуску продукції залежить в свою чергу від рівня використання обсягів виробничої потужності підприємства (формула 1.14):

$$ВП = V_{\text{пот}} \times K_{\text{вик}}, \text{ грн.} \quad (1.14)$$

де $V_{\text{пот}}$ – виробнича потужність підприємства, грн.;

$K_{\text{вик}}$ – коефіцієнт використання виробничої потужності.

При використанні показника відображення питомої ваги продукції в загальному обсязі випуску продукції підприємством існує можливість оцінити якісну сторону виробничого процесу підприємства. Даний показник відповідає встановленим міжнародним стандартам та розраховується при відношенні кількості сертифікованої продукції до загального її обсягу.

1.2 Формування програми випуску продукції

Діяльність підприємств в умовах ринку вимагає прийняття управлінських рішень, виходячи з аналізу ринкової ситуації, тенденцій її зміни, з урахуванням зворотного зв'язку. Процес збуту та збутова політика виробничого підприємства має головне значення при плануванні програм випуску продукції.

Основні задачі, які необхідно виконати при плануванні програм випуску продукції:

- оцінка попиту в продукції;
- детальний аналіз ринкового попиту в розрізі сфер та регіонів реалізації, що впливає при планування виробничих програм на показники

обсягу випуску продукції, груп асортиментності, заплановані терміни виробництва продукції;

- проводити постійний моніторинг виниклих потреб на ринках збуту, з врахуванням заохочень клінтів та передбаченням майбутніх тенденцій, що мають властивість диктувати свої правила попиту.

З метою отримання своєчасної та повної інформації, яка дозволить планувати виробничу програму на підприємстві повинні бути затвердженні детальні звіти або внутрішні документи (вимоги), що можуть слугувати основою для планування виробництва нових продуктів (асортиментів продукції).

Пропонуємо навести основні складові, які необхідно враховувати при плануванні виробництва нової продукції:

- експлуатаційні параметри, що включають умови використання, якісні вимоги та вимоги надійності;
- ознаки характеристики (відповідність трендам, попиту, стилям);
- інструкції монтажу, встановлення, тобто приведення продукту до експлуатаційного виду;
- законодавчі вимоги й врахування законодавчих стандартів;
- норми та вимоги пакування;
- якісні характеристики та відповідність якісним вимогам.

При розробці маркетингових заходів та проведенні оцінки результатів збуту важливо отримувати зворотній зв'язок від споживачів, який слугуватиме для удосконалення системи маркетингу та менеджменту й безпосередньо впливатиме на розробку та впровадження економічної стратегії підприємства. Процес оцінки якості роботи відділів збуту, дозволяє функціонально забезпечити необхідними ресурсами та матеріальними засобами з метою розробки заходів для уникнення маркетингових помилок й покращення маркетингові етапи роботи.

В результаті проведених маркетингових досліджень розробляються

вимоги до виробництва продукту, які включають короткий опис всіх досліджень та включають такі ключові моменти:

- попит та очікування споживачів;
- ринкові очікування;
- врахування потреби інших заінтересованих сторін;
- можливості постачальників;
- зворотній зв'язок з споживачами, з метою розробки якісного та очікуваного продукту;
- правові та регламентовані норми;
- ГОСТи та міжнародні стандарти;
- промислові правила та вимоги.

При розробці нового проекту випуску продукції рекомендується створювати на підприємстві тимчасові групи працівників, які включають спеціалістів: технологів, маркетологів, фахових конструкторів та інших спеціалістів, що мають вплив на розробку продукту. Робота підрозділів підприємства та безпосередньо виконавців, а саме їх послідовність залежить від етапів роботи та документів системи якості, до яких входять внутрішні регламентні документи підприємства, посадові інструкції, затвержені внутрішні положення про підрозділи, програми виробництва, але головним документом в процесі розробки продукту є технічне завдання.

Технічне завдання розробляється за отриманими результатами в результаті проведених науково-дослідних та експериментальних робіт, проведених аналізів подібного виробництва на українських або зарубіжних підприємствах. Технічне завдання включає в себе техніко-економічні норми випуску продукції, які впливають безпосередньо на споживчі властивості продукту. Склад технічного завдання визначають на підставі отриманих даних від замовника та розробника. Важливо зауважити, в окремих випадках розробки проекту виробництва продукції замість технічного завдання можуть використовувати інші визнані сторонами документа, які включають

необхідні вимоги для виготовлення продукту (договори, контракт, замовлення від замовника тощо). При розробці проекту продукту, незалежності від попиту та очікування користувача, розробник повинен враховувати встановлені вимоги, щодо безпеки охорони довкілля, оцінку якості, політику власного підприємства та законодавчі стандарти й норми тієї країни в якій прогнозується використання.

На підставі отриманих й затверджених на підприємстві стандартів й технічного завдання розробник формує технічну документацію, яка поділяється на вихідну, проектну, робочу й інформаційну. До вихідної документації включається вже сформоване технічне завдання й стислий маркетинговий зміст виробу. До проектної документації входить технічна пропозиція й проект, ескізний проект готового виробу.

Для постійного моніторингу ситуації на ринку підприємство розробляє маркетингову стратегію, яка спрямована на те, щоб відповідним чином пристосувати всю діяльність фірми до швидко мінливих зовнішніх факторів. В основі стратегії маркетингу лежать такі положення: сегментація ринку; вибір методів і засобів маркетингу; вибір часу виходу на ринок.

Сегментація попиту заснована на застосуванні різних критеріїв розподілу споживачів на групи, що пред'являють різний за якістю й обсягом попит на товари.

Важливо увагу необхідно звернути на вибір цільових ринків збуту, які в свою чергу повинні не входити до об'єктів комерційної діяльності конкурентів, але повинні надавати можливості для реалізації своєї мети збуту та дозволять задовільнити потреби споживачів, які раніше не були враховані.

Вибір методу виходу на ринок складається в рішенні питань придбання акцій інших фірм, розширенні власного виробництва, частковому співробітництві з іншими фірмами.

Вибір методу і засобів маркетингу припускає визначення попиту виходу фірми на конкретний сегмент ринку. На покупця впливають фактори,

пов'язані не тільки із самим товаром, але і місцем продажу, способами просування товару на ринок і ціною.

Якщо фірма може впливати на якість товару і його ціну, тоді можливі комбінації: низька якість і низька ціна; низька якість і середня ціна; середня якість і середня ціна; висока якість і висока ціна і т. д.

Прийняття якісних управлінських рішень залежить від своєчасно отриманої та повної необхідної інформації. Процес отримання необхідної й повної інформації повинен враховувати ринкові зміни та сприяти розвитку діяльності підприємства й покращенню конкурентоспроможності продукту, з метою підвищення на лідируючі позиції ринку.

Рекомендується при розробі виробничої політики підприємства враховувати особливості цільової аудиторії, тобто покупців

Для цього необхідно діяти за двома напрямками:

- кон'юнктурне дослідження ринку.
- пошук партнерів.

Утілення результатів кон'юнктурних досліджень в процес розробки продукту відбувається через комплекс внутрішньо затверджених програм, що включають всі етапи життєвого циклу виробу.

Аналіз просування товарів на ринку дозволяє коригувати обсяги випуску, регіони збуту, переорієнтувати асортимент по регіонах.

Другий напрям – пошук партнерів для постачання напівфабрикатів з наступною їх розфасовкою і реалізацією під ім'ям фірми, що володіє упакованням, вироблених суспільних продуктів і реалізації товарів.

Основною метою діяльності виробничого підприємства є виготовлення та реалізація отриманого готового продукту з ціллю заохочення потреб споживачів, в результаті чого підприємство отримує певну величину в якості прибутку. Відповідно до перспективного плану підприємства впершу чергу входить планування виробництва та збуту готового продукту.

Виробнича програма підприємства – це комплекс етапів роботи з

процесу виробництва продукції й її збуту населенню з деталізацією до номенклатури, груп асортиментності відповідно до встановлених термінів згідно до умов затверджених договорів поставки.

З метою ефективного формування виробничої програми необхідно враховувати інформацію, щодо оцінки прогнозованих ринків збуту й існуючих конкурентних пропозицій, з врахуванням оптимального асортименту продукції та кількості виготовленої продукції. Також при формування виробничої програми рекомендується виявляти потреби потенційних споживачів в рамках ринкових сегментів. З потенційними клієнтами рекомендується підписувати господарські договори, й в якості потреби свої виробнич програми. Процес роботи маркетингових служб повинен не тільки виявляти попит, але й допомогати у виведені на ринок нових виготовлених продуктів з врахуванням властивостей ринку та використанням рекламних акцій, системи «просування» товару на ринок і т.п.

Процес розробки виробничої програми з врахуванням ринкових умов включає окремі особливості:

- плани виробництва та збуту продукції враховують ринкові потреби цільових споживачів, з врахуванням своєчасно виконаних зобов'язань відповідно до договору;

- виробнича програма включає договори своєчасної поставки від постачальників, документи встановлення цінової політики, договори з споживачами та ін.;

- процес формування виробничої програми повинен бути гнучким, з врахуванням коригувань показників плану виробництва у використовуваних поточних планах виробництва та продажу, відповідно до змін фінансової спроможності споживачів;

- саме натуральні показники якості продукції відображають у виробничій програмі рівень заохочення ринкових потреб, зі сторони кількісного та якісного результату;

- формування виробничої програми повиненно враховувати ресурсні та виробничі можливості підприємства;

- плани виробництва та збуту продукції повинні бути багатоваріантними, з метою забезпечення оптимальної роботи підприємства та процесу збуту, що дозволить підприємству отримати високий прибуток.

Процес розробки виробничої програми включає такі базові елементи:

- в результаті проведеного аналізу та перспектив розвитку ринкового попиту підписуються з клієнтами (біржами, гуртовими покупцями/посередниками, торговими підприємствами тощо) угоди на реалізацію окремої продукції;

- виконанні державних замовлень відповідно до державних угод, які є засобами забезпечення попиту споживачів за рахунок державного бюджету, де в свою чергу держава забезпечує виробництво продукту найважливішими ресурсами;

- отримання державних пільг, що надає підтримку від держави та впровадження нових технологій випуску дефіцитних груп продукції. Але зауважимо держава надає пільги підприємствам-виробникам, але в свою чергу не забезпечує фінансовими ресурсами;

- отримання замовлень на виготовлення продукції від інших підприємств-виробників або підприємств-покупців на основі укладених договорів, що в результаті підтверджує постійні прямі господарські зв'язки, які можуть бути поновлені або змінені.

1.3 Міжнародні стандарти у системах управління якістю продукції

В усьому світі однією з важливих проблем випуску відноситься саме проблема якості продукції, яка в свою чергу є показником науково-

технічного потенціалу країни та рівень економічного розвитку й відповідно відображає престижність країни на світовому ринку. Зауважимо, що саме процес виробництва якісного продукту впливає на збільшення обсягів збуту та отриманої рентабельності, що в свою чергу впливає на зменшення питомих витрат користувачів й заохочення потреб. В результаті погіршення показника якості продукції запускається зворотній процес, який призводить до зменшення попиту споживачів (зменшення об'ємів продажу), зменшення отриманого прибутку й відповідно рентабельності, зниження експортних продажів і т.п. Відповідно з метою покращення або утримання рівня якості продукції існує потреба в постійній й цілеспрямованій роботі товаровиробників, що призведе тільки до покращення якості продукції у порівнянні до аналогічної продукції конкурентів.

У людській практиці існували різні поняття якості, і хоча були неповні і не точні, вони в кожному випадку відповідали конкретним потребам суспільства. У 1986 р. Міжнародною організацією по стандартизації ІСО були сформульовані терміни по якості для всіх галузей бізнесу і промисловості. У 1994 р. термінологія була уточнена.

Для оцінки рівня якості необхідно зіставляти визначені параметри виробів, що мають деякі кількісні оцінки.

Роль кількісних характеристик властивостей виробів, розглянутих стосовно або перспективних потреб у них, виконують показники якості (рисунок 1.1).

Система показників оцінки рівня якості містить у собі:

- одиничні показники якості, що характеризують визначену властивість виробу (продуктивність, питомий зміст корисної речовини і т.д.).
- комплексні показники якості, що характеризують групу властивостей вибору порівнянні з еталоном (сорт, марка, клас), або деяку сукупність властивостей виробу в поєднанні з витратами на його виробництво й експлуатацію (вартість збирання 1 кг хлібної маси комбайном тощо).

– узагальнюючі показники якості, що характеризують рівень якості всього обсягу продукції, яка випускається, (питома вага спиртів вищого очищення в обсязі спиртів, що випускаються заводом, тощо).



Рисунок 1.1 – Система показників оцінки рівня якості

Пропонуємо зазначити групи поєднання показників якості продукції:

– показники призначення – техніко-економічні, що включають показники продуктивності праці, потужності робочих центрів і т.п.;

– показники надійності та довговічності. Показники надійності дозволяють оцінити терміни роботи, ремонтоздатність та збереженість продукту. Показники довговічності дозволяють оцінити граничну працездатність виробу залежно від умов експлуатації та економічної доцільності;

– показники технологічності – характеризують виріб як об’єкт виготовлення й ефективність конструктивно-технологічних рішень;

– показники естетичності, що дозволяють оцінити вигляд продукту,

тобто його оригінальність, ефективність, зручність тощо;

- показники ергономічності, що дозволяють оцінити вироб, як елемент систем «людина – виріб – середовище»;

- стандартизовані й уніфіковані показники, що відображають ступінь використання уніфікованих деталей, тобто надають інформацію про можливість повторного використання певного виробу. Дані показники не впливають на якість продукту;

- патентно-правові показники захисту, що відображають рівень захисту особливих технічних розробок виробу, що в свою чергу відображає технічну особливість виробу;

- показники економічності, що відображають собівартість випуску продукції, рентабельність, ціну продажу, ціну споживання (продажна ціна+ витрати, що виникають в процесі використання виробу споживачем);

- показники безпеки продукції характеризують безпеку обслуговуючого персоналу й об'єктів, що об'єднуються при обслуговуванні й експлуатації чи споживанні.

На підприємствах рекомендується безпосередньо використовувати комплексні показники стійкості в різних ланках управління діяльністю, з метою покращення якості продукції та своєчасно отриманих результатів конкурентоспроможності виробу.

Комплексні показники якості використовуються на національному рівні економіки, рахунків та відображають питому вагу конкурентоздатної продукції в загальному обсязі промислової продукції країни й відповідно частку найменувань виробу від їх загальної кількості, що відповідають вимогам стандартів ЄС, США (міжнародним або визнаним у тих чи інших країнах стандартам)

В результаті отриманих результатів показників якості продукції формується процес порівняння отриманих результатів виробу з їх базовими значеннями, тобто відбувається процес оцінки якості виробу.

Крім оцінки якості продукції, доцільно аналізувати показники продуктивності праці, що впливають на ефективність виготовлення виробу та відображають рівень виконання вимог, що встановлені нормативно-технічною документацією: частка виявлених в заводських умовах бракованих виробів; частка бракованих виробів, виявленими в процесі експлуатації виробів тощо.

В результаті оцінки відбувається процес порівняння отриманих показників якості продукції з базовими значеннями, або встановленими вимогами що зазначені в нормативно-технічній документації.

Оцінка рівня якості продукції відображається в кількісному та якісному виразі (рисунок 1.2).

За допомогою кількісного показника оцінка відображається у вигляді числа, що включає комплексну оцінку якості та визначає окрему сукупність властивостей виробу.

За допомогою якісних показників формується твердження відповідності виробу відповідно до визначених ринком рівня вимог.

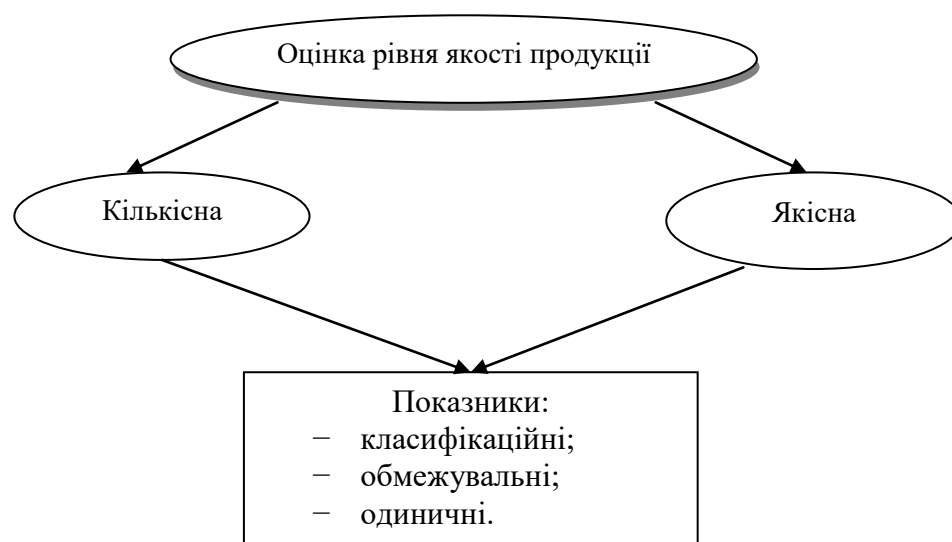


Рисунок 1.2 – Методи оцінки рівня якості продукції та послуг

До базових значень показників, відносять показники аналогу виробу, тобто подібної продукції з однаковим (або майже однаковим)

функціональним призначенням.

В процесі порівняння оцінки класифікують вироби за призначенням та зоною застосування. За зазначеннями цих показників підбирають групу аналогів оцінюваної продукції.

До класифікаційних показників відносять:

- параметричні показники (встановлюють типорозміри виробу);
- показники наявності додаткових властивостей продукції чи пристроїв;
- показники, що визначають клас продукції чи групу її споживачів;
- показники використання продукції, що визначають умови чи галузь її застосування.

Проведення оцінки ступеня якості виробу повинно передувати визначенню показників саме за якими бути відбуватись порівняння.

Обмежувальні показники – це показники, що відображають рівень безпеки й екологічності продукту та повинні відповідати міжнародним й українським вимогам, що встановлені в нормативних актах, законах тощо.

Оціночні показники дозволяють детально оцінити властивості виробу, що відображають здатність продукту заохотити виявлені потреби споживачів, та дозволяють порівняти зразки виробів. Оціночні показники включають:

- функціональні показники, що дозволяють визначити можливості виробу з метою задоволення потреб, тобто показники надійності, призначення тощо;
- показники, що визначають матеріальні витрати ресурсів починаючи з процесу виготовлення до реалізації продукту, тобто показники експлуатації продукту, виробниче ресурсозабезпечення тощо.

За допомогою оціночних показників характеризують вплив показника на якість продукту.

Процес оцінки ступеня якості дозволяє приймати управлінські рішення:

- про випуск нового продукту або покращення раніше виготовленої продукції;

- про вихід на новий конкурентоспроможний ринок збуту.

Відповідно до мети оцінки виробу до груп аналогів відносять:

- прогнозовані зразки майбутніх виробів, випуск яких планується на момент випуску продукції;

- існуючі зразки продуктів, що вже існують на ринку збуту на момент проведення оцінки виробу.

Значення прогнозованих показників отримується для оцінки на основі патентних досліджень, аналізу термінів впровадження технічних рішень, проведених аналізів тенденцій, з метою покращення показників якості майбутнього виробу.

Значення показників реальних зразків установлюють за наявною на них документацією чи за результатами іспитів.

Технологія експертної оцінки може бути здійснена тільки експертним методом. Експертний метод ґрунтується на основі отриманих коментарів професійних експертів. Зауважимо, що експерт з якості продукції – це спеціаліст, який відповідає професійним стандартам, та має кваліметричну компетентність. Експерт повинен володіти принципами об'єктивності, діловитості та зацікавленості у покращенні виробу.

Судження експерта про якість продукції – визначається, як сформована відповідь експерта, щодо якості виробу та надається в кількісній або якісній формі. Експертна оцінка якості продукції – розкриває якість продукту й відповідно сформована в результаті використання спеціальних експертних методів оцінки якості виробу.

Зауважимо, що експертні методи оснований на розрахунках або вимірах, та в свою чергу застосовуються з метою отримання відповідей на дані задачі:

- оцінювання показників за допомогою органів почуттів

(органолептичні);

- формування списку номенклатури відповідно до показників якості;
- розрахунок коефіцієнтів вагомості використовуваних показників;
- формування стандартних зразків за для оцінки рівня якості.

Експертні оцінювання проводять спеціальними робочими групами, до яких входять експертні комісії. Експертна комісія з оцінки якості виробу – складається з групи фахівців, які в свою чергу спеціально скомплектовані для ефективної та повної експертної оцінки якості виробу. До робочої групи з оцінки якості виробу відноситься частково експертна комісія з оцінки якості виробу, та в свою чергу складається з фахівців які вирішують встановлені експертні задачі.

Органолептичне оцінювання показників використовується при виникненні необхідності проведення оцінки сенсорного сприймання виробу, тобто оцінка смаку, кольору, відповідності тенденціям і т.п. При використанні даного показника оцінки рекомендується використовувати шкалу порядку, саме в якій зазначається оцінка в розрізі кількісних характеристик, властивостей та відображається у вигляді бальної шкали, яка

Бальна шкала включає діапазон балів, тобто кількість оцінюючих крапок. У той самий час масштаб, тобто різниця між балами, що відповідають двом сусіднім градаціям, не має визначення. Наприклад, шкала з вищою оцінкою 5 балів із градаціями через 0,5 бала має той самий діапазон, що й шкала з вищою оцінкою в 10 балів із градаціями через 1 бал, і шкала з вищою оцінкою в 100 балів із градаціями через 10 балів. Якщо в цих шкалах не виконується 0, то усі вони є 10-бальними. Число градацій застосовуваної шкали визначається, виходячи з характеру розв'язувальної задачі з урахуванням досвіду з оцінки якості аналогічної продукції, кількості експертів, що беруть участь у роботі, необхідної точності результату і можливостей якісного опису кількісних градацій.

Для експертного оцінювання якості продукції, як правило,

використовується шкали з непарним числом градацій, в яких мається середній рівень. Найкращи є шкали з п'ятьма чи сьома градаціями якості з оцінювальної властивості, причому кількість градацій може збігатися (варіант 1) чи не збігатися (варіант 2) з кількістю балів. За допомогою таблиці 1.2 відображено наглядні приклади використання шкали графіка оцінювання якості. Використання наведених варіантів оцінювання за допомогою шкал обирається експертною комісією на другому етапі роботи. Третім етапом є саме надання у вигляді балів оцінювання якості готової продукції. В ході четвертого етапу комісія обробляє отримані оцінки. Для обробки результатів оцінки використовується розрахунок середнього балу, відповідно до формули 1.15:

$$m_i = \frac{\sum_{i=1}^n \alpha_i}{n}, \quad (1.15)$$

де α_i – бальна оцінка оцінюваної властивості i -м експертом;

n – кількість експертів, що беруть участь в оцінці якості продукції.

Задача визначення вагомості різних показників якості виникає з вибором обмеженої сукупності показників для здійснення порівняльної оцінки якості при використанні методу середньозваженого показника і включає дві задачі. Перша з цих задач – задача визначення номенклатури показників якості може бути трьох типів. Перший тип – вибір якогось (заздалегідь невідомого) числа істотних у якомусь змісті показників із заданого вихідного списку. Другий тип – формування списку істотних показників («з чистого листка»). Третій тип – вибір із заданого списку визначеного числа істотних, «вагомих», показників (при встановленій їх кількості) [31, С. 190-191].

Таблиця 1.2 – Варіанти шкали градацій оцінювання якості

| |
|-----------|
| Варіант 1 |
|-----------|

| Градація | Бали | Якісна оцінка |
|-----------|------|-------------------------|
| 5 | 5 | Відмінна якість |
| 4 | 4 | Гарна якість |
| 3 | 3 | Середня якість |
| 2 | 2 | Погана якість |
| 1 | 1 | Дуже погана якість |
| Варіант 2 | | |
| Градація | Бали | Якісна оцінка |
| 7 | 100 | Дуже висока якість |
| 6 | 85 | Висока якість |
| 5 | 70 | Вище за середнє якість |
| 4 | 55 | Середня якість |
| 3 | 40 | Нижче середнього якість |
| 2 | 25 | Низка якість |
| 1 | 10 | Дуже низка якість |

Саме поняття «вагомість», що при використанні в переносному значенні трактується українською мовою як «відчутність, значимість, переконливість», не припускає кількісної оцінки. Тому, щоб застосовувати метод, заснований на цій оцінці, їй потрібно дати прийнятне тлумачення. Для такого тлумачення можна скористатися аналогією з задачею визначення бальної оцінки при органолептичному оцінюванні сенсорно сприйманих властивостей продукції. В обох цих випадках людина, експерт, є безпосереднім вимірником якості. Різниця полягає в тім, що при органолептичному оцінюванні вимірниками є органи почуттів, а при оцінюванні важливості того чи іншого показника вимірником є інтелект людини. Тому можна побудувати шкалу градацій такого виду (таблиця 1.3):

Таблиця 1.3 – Бальна шкала градацій

| Градація | Бали | Якісна оцінка | Бажаність обліку показника при оцінці якості продукції | Бали |
|----------|------|--------------------|--|------|
| 5 | 5 | Відмінна якість | Обов'язково | 4 |
| 4 | 4 | Добра якість | Дуже бажано | 3 |
| 3 | 3 | Середня якість | Бажано | 2 |
| 2 | 2 | Погана якість | Можна не враховувати | 1 |
| 1 | 1 | Дуже погана якість | Небажано | 0 |

Стовпці 1, 2, 3 відповідають стовпцям з таблиці, що відповідає варіанту 1 (таблиця 1.3), в якій дається бальна оцінка сенсорно сприйманої

властивості продукції, а стовпці 4 і 5 введені в цю шкалу для ілюстрації застосовності методу до розглянутої задачі. Задача експерта полягає в його оцінці бажаності обліку конкретного показника якості продукції при комплексній оцінці якості цієї продукції методом середньозваженого показника.

Очевидно, що мотивація відповіді експерта в цьому випадку аналогічна мотивації відповіді експерта при органолептичному оцінюванні сенсорно сприйманої властивості продукції. У таблиці для обох випадків передбачено п'ять градацій, хоча бали для оцінки вагомості показників доцільно призначати у п'ятому стовпці, щоб показникам, які можна не враховувати при оцінці, відповідав нульовий бал [35, С. 182-183].

Перехід від балів, що відповідають окремим показникам, до коефіцієнтів вагомості здійснюється за формулою 1.16:

$$m_i = \frac{\alpha_i}{\sum_{i=1}^n \alpha_i} \quad (1.16)$$

де m_i – коефіцієнт вагомості i -го показника;

a – бальна оцінка i -го показника;

n – кількість показників, що можуть бути враховані при оцінці якості продукції.

Задача добору базових зразків для зіставлення з ними оцінюваної продукції може зважуватися методом, аналогічним тому, яким зважується задача оцінки вагомості показників.

До основних методів оцінки рівня якості належать:

- диференціальний метод;
- комплексний метод оцінки.

Диференціальний метод оцінки – метод, заснований на використанні одиничних показників якості і полягає в порівнянні одиничних показників

якості виробу з відповідним показником базового зразка. Маються показники якості оцінюваної продукції показників X_1, X_2, \dots, X_p і відповідні показники якості базового зразка показників $X_{1б}, X_{2б}, \dots, X_{pб}$. Для зіставлення показників диференціальним методом обчислюють значення відносних показників якості продукції за формулами 1.17, 1.18:

$$q_i = \frac{X_i}{X_{iб}} \quad i = 1, 2, \dots, p, \quad (1.17)$$

$$q_i = \frac{X_{iб}}{X_i}, \quad (1.18)$$

де q_i – показник якості продукції;

X_i – значення i -го показника якості оцінюваної продукції;

$X_{iб}$ – значення i -го показника базового виробу;

p – кількість розглянутих показників якості продукції.

В залежності від обраного показника якості, робоча група обирає необхідну формулу для аналізу, а саме у разі використання «позитивного» показника що збільшує значення показника якості рекомендується обирати формулу (1.17). Важливо зауважимо, при використанні формули (1.18) існує можливість «негативний» показник замінити «позитивним».

У тих випадках, коли значення $q_i > 1$, то за даним i -м показником оцінювана продукція перевершує базовий зразок, якщо $q_i = 1$, то вона відповідає базовому зразку, а якщо $q_i < 1$, то уступає йому.

Зауважимо, що при використанні диференціального методу оцінки рівня якості, дозволяється не розраховувати відносне значення показників q_i , в даному випадку достатньо реєструвати отримані дані порівняння за кожним i -м показником в якісній формі: продукція за i -м показником перевершує базовий зразок, відповідає чи поступається йому.

У підсумку при співставленні використовуваних показників, відповідно

до диференціального методу оцінки формуються дані результати в якісній формі оцінювання:

– рівень якості оцінюваної продукції вище рівня базового зразка, якщо всі значення $q_i \geq 1$, причому хоча б одне значення $q_i > 1$ (тобто продукція за всіма показниками не поступається базовому зразку і хоча б за одним перевершує).

– рівень якості оцінюваної продукції дорівнює рівню базового зразка, якщо всі значення $q_i = 1$ (тобто продукція за всіма показниками відповідає базовому зразку).

– рівень якості оцінюваної продукції нижче рівня базового зразка, якщо всі значення $q_i \leq 1$, причому хоча б одне значення строго менше одиниці: $q_i < 1$ (тобто продукція за всіма показниками не перевершує базовий зразок і хоча б за одним показником уступає йому).

У випадках, коли частина значень відносних показників якості $q_i > 1$, а частина $q_i < 1$ (тобто продукція за одними показниками перевершує базовий зразок, а за іншими уступає йому), диференціальний метод не дає результату, тоже в даному випадку доцільно використовувати комплексний метод.

Першим видом даного методу є саме визначення експертами основного показника, який більш детально зможе відобразити особливості якості готової продукції. Другим видом даного методу є включення методу середньозваженого показника.

Показники оцінюваної продукції й аналогів нормуються розподілом відповідного показника на максимальне значення. Середній зважений показник будується як залежність, аргументами якої є показники якості X_i і параметри їхньої вагомості m_i за формулою:

$$Q = \prod_{i=1}^p (m_i; q_i), \quad (1.19)$$

де Π – сума, добуток чи інша функція аргументів з номерами $i = 1, 2, \dots, p$.

Як показники q_i у формулу входять відносні значення $q_i = X_i / X_{i6}$ показників.

Параметри вагомості m_i є безрозмірними величинами, що задовольняють умові: $\sum_{i=1}^n m_i = 1$.

Їх називають коефіцієнтами вагомості показників - це кількісна характеристика значимості даного показника якості продукції серед інших її показників якості. Якщо $\sum_{i=1}^n m_i$ є сума, то середній зважений показник має вигляд (формула 1.20):

$$Q = \sum_{i=1}^n m_i q_i. \quad (1.20)$$

Важливо зазначити, що метод середньозваженого показника має свої недолік, а саме існування суб'єктивності коефіцієнтів вагомості.

Третім видом даного методу (комплексного) є саме метод інтегрального показника.

Інтегральний показник якості – це техніко-економічний показник якості продукції, заснований на зіставленні сумарного корисного ефекту ε від експлуатації чи споживання продукції і сумарних витрат ε на створення і експлуатацію чи споживання продукції (формула 1.21):

$$J = \frac{\varepsilon}{B} = \frac{\varepsilon}{B_c + B_e}, \quad (1.21)$$

де J – інтегральний показник якості;

ε – корисного ефекту від експлуатації чи споживання продукції.

Сумарний корисний ефект за термін служби продукції виражається в натуральній чи грошовій формі, а сумарні витрати $B = B_c + B_e$ виражаються в грошовій формі, де B_c – капітальні витрати на створення (покупку) продукції; B_e – сума поточних витрат на експлуатацію чи споживання продукції за

термін її служби.

При використанні комплексних показників оцінка є числом, тому висновок про порівняльну оцінку очевидний: оцінювана продукція визнається відповідної рівню якості, обумовленому даною групою аналогів, якщо (формула 1.22):

$$K_{\min} \leq K_{\text{оп}} \leq K_{\max}, \quad (1.22)$$

де K_{\min} , K_{\max} – мінімальне і максимальне значення комплексного показника якості аналогів;

$K_{\text{оп}}$ – комплексний показник якості оцінюваної продукції.

Якщо $K_{\text{оп}} < K_{\min}$ – то оцінювана продукція уступає рівню якості даної групи аналогів, якщо $K_{\text{оп}} > K_{\max}$ – то перевершує його.

Джерелом отримання інформації для показників якості є саме документ «Карта рівня якості продукції», що включає декілька форм: головну титульну сторінку, «Загальні дані про продукцію», «Визначення рівня якості продукції», «Дані про аналоги» та ін. Форма «Визначення рівня якості продукції» має вигляд, наведений у таблиці 1.4.

Таблиця 1.4 –Визначення рівня якості продукції

| Найменування показника | Одиниця виміру | Значення показника | | |
|------------------------|----------------|----------------------|----|----------|
| | | оцінюваної продукції | | аналогів |
| | | ТЗ | ТУ | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

У графі 1 вказується порядковий номер і найменування показника якості продукції в тій послідовності, в якій ці показники наведені у відповідному стандарті системи показників якості продукції.

У графі 2 вказується позначення одиниці величини показника відповідно до прийнятих стандартів на позначення відповідних одиниць.

У графах 3, 4, 5 вказуються значення показників оцінюваної продукції й аналогів, наведених для порівняння. При цьому в графі 3 вказується значення показника оцінюваної продукції за технічним завданням, а в графі 4 – за технічними умовами.

У графі 5 містяться дані за всіма аналогами, прийнятими для порівняння.

Форма «Дані про аналоги» відображає інформацію про аналогічні вироби, з деталізацією про країну та підприємство виробника.

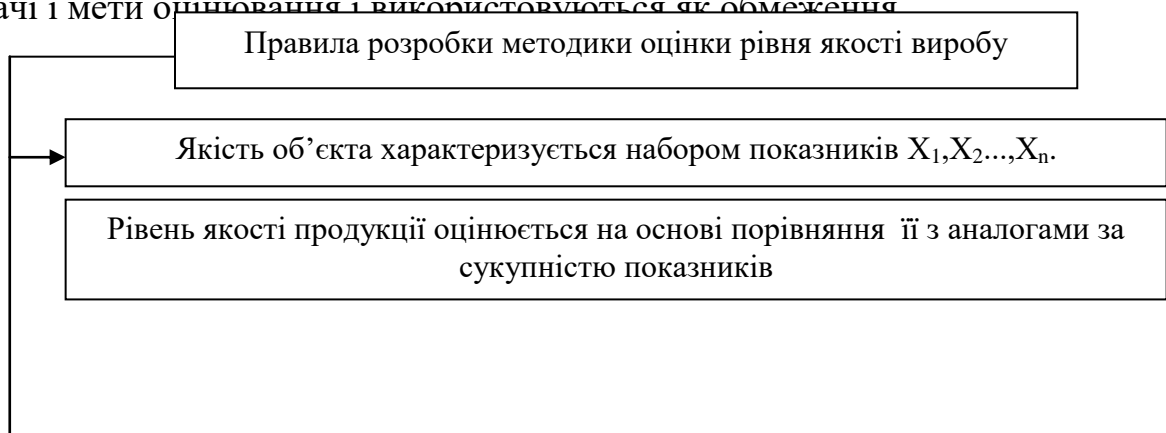
Підсумовуючи вище зазначене, пропонуємо сформулювати основні правила, що рекомендується враховувати при розробці методики оцінки рівня якості (рисунок 1.3). Обрання показників номенклатури визначається з врахуванням діючих затверджених документів:

- міжнародних стандартах (ISO, МЕК, ЕЕК ООН та ін.);
- національних закордонних і українських стандартів;
- документів на поставку продукції;
- каталогах, проспектах і стандартах фірм-виробників окремих видів продукції;
- патентної та кон'юнктурно-економічної документації;
- стандартах системи показників якості продукції [36, С. 162-164].

Показники також поділяють на:

- класифікаційні – обирається група аналогів аналізованої продукції;
- оціночні – відображають основні властивості виробу, що впливають на задоволення потреб споживачів й враховуються при порівнянні рівня якості з базовими зразками;

- обмежувальні – виділяються залежно від характеру розв'язуваної задачі і мети оцінювання і використовуються як обмеження



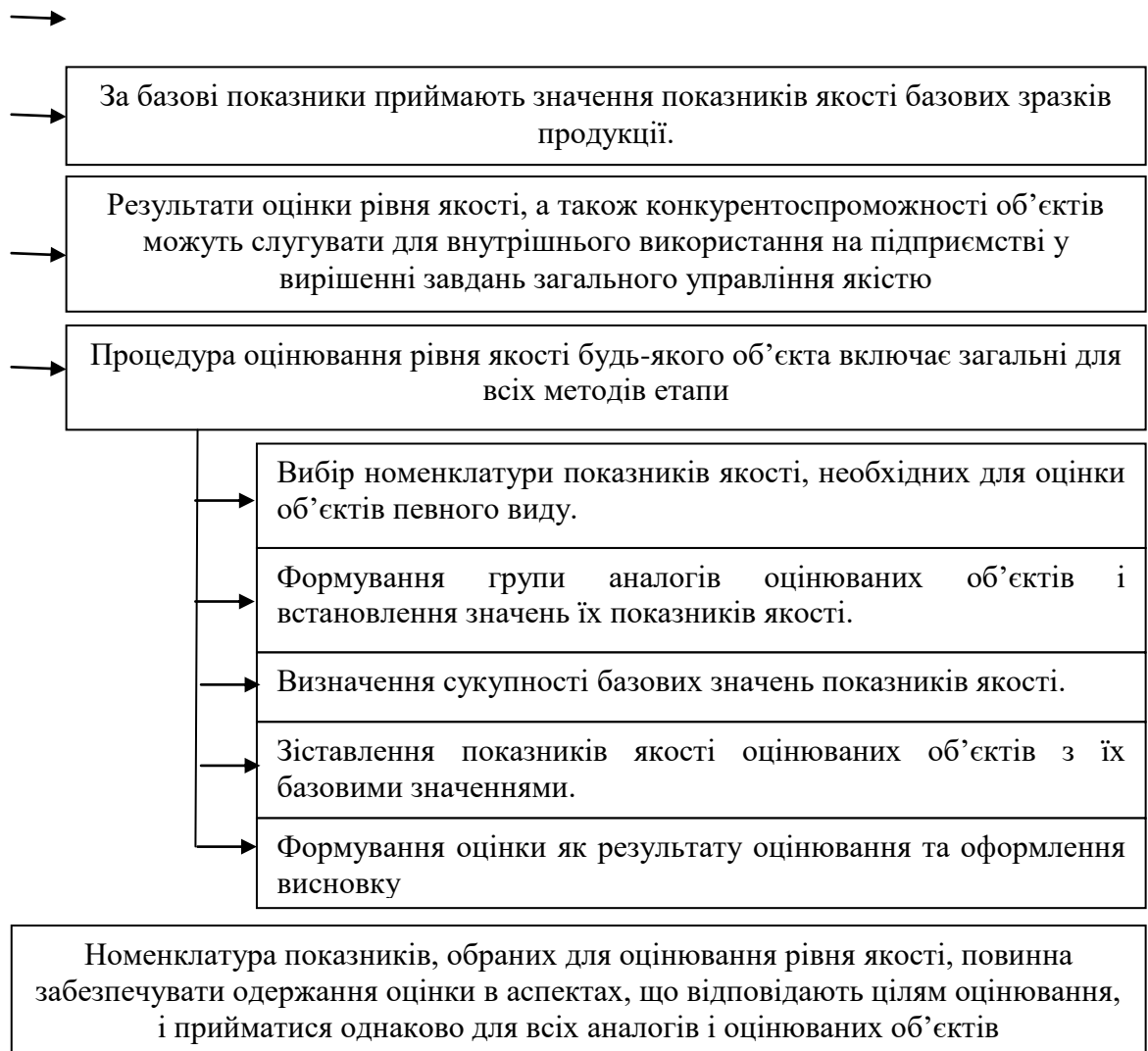


Рисунок 1.3 – Правила розробки методики оцінки рівня якості виробу

Кожен оціночний показник характеризується напрямом його впливу на якість продукції: підвищенню якості відповідає збільшення значень одних так званих «позитивних» показників і зменшення інших – «негативних». Важливо зазначити, що групу аналогів формують з метою визначення рівня вимог, пропонованих до об'єктів певного виду на визначеному ринку. Всі аналоги й оцінювана продукція повинні мати однакові чи порівняні значення класифікаційних показників, що визначають їх приналежність до однієї групи.

Залежно від мети оцінювання продукції до групи аналогів включають перспективні зразки, надходження яких на ринок прогнозується, і реальні

зразки, що реалізуються на ринку на момент оцінювання.

Зауважимо, що саме базові значення показників визначають за сукупністю значень показників якості аналогів. Застосовуються два способи визначення цих значень:

- виділення базових зразків;
- обчислення теоретичних базових значень.

Як базові зразки виділяють кращі, гірші чи типові зразки з групи аналогів залежно від мети оцінювання. У різних методах оцінювання використовуються різні принципи і правила виділення базових зразків; у низці методів як базові зразки використовуються всі аналоги оцінюваної продукції.

Теоретичні базові значення показників визначають розрахунковим шляхом за сукупністю значень показників якості аналогів. У різних методах використовують різні принципи розрахунків; у найпростішому випадку за базові приймають найкращі значення показників.

При визначенні базових значень варто враховувати взаємозв'язок різних показників якості певного виду продукції. Якщо перший спосіб визначення базових значень завжди задовольняє цій умові, то другий вимагає спеціального його розгляду.

У березні 1987 року міжнародною організацією із стандартизації (ISO) прийняті стандарти у системах управління якістю продукції. У них відбитий концентрований міжнародний досвід з управління якістю продукції на підприємствах. У багатьох країнах ці стандарти були прийняті як національні. У закордонній практиці стандарти ISO серії 9000 застосовуються при підписанні контрактів між фірмами.

Важливо зауважити, що саме дотримання вимог стандартів ISO є гарантом виконання окремих вимог договору та стабільної якості готового продукту.

Першочергове до стандартів ISO 9000 входило 5 стандартів:

- ISO 9000-87 «Загальне управління якістю і стандарти із забезпечення якості» – включає рекомендації використання інших стандартів даної серії;
- ISO 9004-87 «Загальне управління якістю й елементи системи якості» – відображає створення системи якості на підприємстві;
- ISO 9001-87 «Модель для забезпечення якості при проектуванні і/чи розробці, виробництві, монтажу й обслуговуванні»;
- ISO 9002-87 «Модель для забезпечення якості при виробництві та монтажу»;
- ISO 9003-87 «Модель для забезпечення якості при остаточному контролі й іспитах» характеризує організацію системи, що забезпечує необхідну якість конкретної продукції в рамках контракту.

Стандарти ISO 9001-87, 9002-87, 9003-87 містять рекомендації з розробки доповнення до контракту з питання забезпечення стабільної якості. Серія стандартів ISO 9000-87 – ISO 9004-87 не мала на меті стандартизацію систем якості застосовуваних на підприємствах.

У період 1990-1994 рр. була випущена друга редакція цих стандартів, що включає такі документи:

ISO 9000-1–94. Загальне управління якістю і стандарти із забезпечення якості.

Частина 1. Провідні вказівки на вибір і застосування.

ISO 9000-2–93. Загальне управління якістю і стандарти із забезпечення якості.

Частина 2. Загальні провідні вказівки із застосування ISO 9001 – ISO 9003.

ISO 9000-3–91. Загальне управління якістю і стандарти із забезпечення якості.

Частина 3. Провідні вказівки із застосування ISO 9001 при розробці, постачанні й обслуговуванні програмного забезпечення.

ISO 9000-4–94. Загальне управління якістю і стандарти із забезпечення

якості.

Частина 4. Посібник з управління програмою надійності.

ISO 9001–94. Системи якості. Модель для забезпечення якості при проектуванні, розробці, виробництві, монтажу й обслуговуванні.

ISO 9002–94. Системи якості. Модель для забезпечення якості при виробництві, монтажу й обслуговуванні.

ISO 9003–94. Системи якості. Модель для забезпечення якості при остаточному контролі й іспитах.

ISO 9004-1–94. Загальне управління якістю й елементи системи якості.
Частина 1. Провідні вказівки.

ISO 9004-2–94. Загальне управління якістю й елементи системи якості.
Частина 2. Провідні вказівки по послугах.

ISO 9004-3–94. Загальне управління якістю й елементи системи якості.
Частина 3. Провідні вказівки по матеріалах, що переробляються.

ISO 9004-4–94. Загальне управління якістю й елементи системи якості.
Частина 4. Провідні вказівки з поліпшення якості.

До даних міжнародних стандартів відносить стандарти серії 10000.

ISO 10011-1–90. Провідні вказівки з перевірки систем якості.

ISO 10011-2–91. Провідні вказівки з перевірки систем якості. ISO 10011-3–91. Провідні вказівки з перевірки систем якості. ISO 10012-1–92. Вимоги, що гарантують якість вимірювального устаткування.

У стандарті ISO 9000-1–94 зазначено, що він використовує визначення термінологічного стандарту ISO 8402–94 «Управління якістю і забезпечення якості. Словник». Додатково в ньому міститься визначення таких понять: політика в області якості, загальне управління якістю, система якості, управління якістю, забезпечення якості, устаткування (технічні засоби), програмне забезпечення. Сформульовано такі задачі в області якості, що стоять перед підприємством:

– постійне корашення якості готової продукції відповідно до

стандартів вимогів.

- ефективне покращення якості роботи з ціллю заохочення потреб споживачів.

- забезпечення впевненості керівників управлінських структур, що заходи до покращення якості виконуються відповідно до вимог.

- забезпечити упевненість споживачів та інших зацікавлених осіб у тім, що і вимоги до якості продукції, що постачається, досягаються чи будуть досягнуті.

- забезпечувати упевненість у тому, що вимоги до системи якості виконуються.

Стандарт ISO 9000-2-93 містить рекомендації про те, на основі якого стандарту з трьох – ISO 9001, 9002, 9003 – варто вибирати спосіб регламентації системи якості в умовах контракту.

Стандарт ISO 9000-1-94 містить рекомендації зі складу і змісту елементів загальної системи якості підприємства. У ньому дається визначення системи якості:

Згідно стандарту ISO 9000-1 – 94 «Системи управління якістю», система якості являє собою організаційну структуру, процедури, процеси і ресурси, необхідні для управління якістю.

У стандарті міститься вимога про те, що керівництво підприємства повинне розробляти і визначати загальну політику в сфері якості. Політика має передбачати конкретні цілі. Дія системи якості поширюється на всі етапи життєвого циклу продукції і процеси – від первісного виявлення потреб ринку до кінцевого задоволення установлених вимог. Типовими етапами є такі:

- маркетинг і вивчення ринку;
- проектування і розробка продукції;
- планування і розробка процесів закупівлі;
- виробництво чи надання послуг;

- перевірка;
- упакування і збереження;
- реалізація і розподіл;
- монтаж і введення в експлуатацію;
- технічна допомога й обслуговування;
- післяреалізаційна діяльність;
- утилізація чи переробка продукції наприкінці корисного строку служби.

Усі види діяльності, що мають відношення до якості, повинні бути регламентовані документально.

Основним документом є «Посібник з якості», в якому описується система загального управління якістю. Крім того, для різних підрозділів і служб мають бути розроблені окремі «Посібники з якості».

Стандарт містить рекомендації з виконання заходів, що впливають на якість, рамках усіх етапів і видів діяльності, що входять до «петлі якості» (назва наведеного вище переліку етапів, що використовувалася в першій редакції стандартів ISO 9000), а також з економічних питань, контрольно-вимірювальному й іспитовому устаткуванню, вантажно-розвантажувальним роботам і післявиробничим операціям, реєстрації даних про якість, роботу з персоналом, у тому числі стимулювання, забезпечення і відповідальності за безпеку, використання статистичних методів.

«Посібник з якості» може охоплювати всю діяльність організації чи деяку її частину; наприклад, він може містити визначені вимоги до якості продукції чи послуг, а також до конкретних процесів, контрактних вимог, нормативів чи правил самої організації.

У стандарті ISO 8402 «Управління якістю і забезпечення якості. Словник» зазначено що, «Посібник з якості» визначає політику в області якості й відповідної системи якості організації.

Перевага сертифікації полягає в тому, що сфера її застосування не

обмежується окремим етапом життєвого циклу продукції, що впливає на якість виготовлення, а охоплює усі фактори, що впливають на якість. У тому числі вона супроводжується упорядкуванням взаємин виробників і споживачів, утворенням стійких прямих і зворотних зв'язків. Припускає вона і більш вимогливий підхід до складу і рівня вимог стандартів як основу оцінки якості, відповідність ціни сертифікованої продукції, її якості й витраченому на її виробництво праці.

Система якості має забезпечити створення продукту, котрий відповідає сучасним виробничо-технічним досягненням та вимогам споживачів.

На удосконалювання систем якості та реорганізації, управління виробництвом спрямовані різні міри, що в сукупності можуть розглядатися як деякі системи, відповідаючи специфічними особливостями як у змісті цілей, що стоять перед ними, так і засобів досягнення цих цілей. Серед цих систем слід зазначити такі:

- Total Quality Management (TQM) – загальне управління якістю.
- Continuous Process Improvement (CPI) – безупинне удосконалювання процесів.

- Business Process Reengineering (BPR) – реінжиніринг бізнес процесів.

Реорганізація виробництва з погляду TQM полягає в оптимізації виконання виробничих операцій, удосконалюванні технологічних процесів з метою збільшення кількості виробленої продукції, заповнення нею ринку і підвищення прибутку шляхом збільшення обсягів продажів.

Другий методологічний підхід (CPI) – це безупинне удосконалювання процесів, що є головним орієнтиром у реорганізації підвищення якості продукції (послуг). При цьому особлива увага приділяється вимогами споживача, продукт чи послуга адаптується саме під його вимоги. Рішення проблем, пошук потенційних недоліків в організації виробництва виконуються з залученням «груп якості».

Третя методологія (BPR) – реінжиніринг бізнес-процесів для

досягнення корінного поліпшення в основних актуальних показниках діяльності підприємства: вартість, якість, послуги і темпи.

У світі ця галузь активно розвивається й іменується технологіями аналізу і реінжинірингу (перепроєктування) бізнес-процесів. Сам термін «бізнес-процес» є узагальнюючим щодо процесів різного типу – технологічних, організаційно-ділових, управлінських.

Таким чином, стандартизація і сертифікація мають істотний вплив на процес забезпечення виробництва і ринку конкурентоспроможною продукцією. Сучасні ринкові умови змушують кожне підприємство запроваджувати дійові методи управління якістю продукції чи послуг.

РОЗДІЛ 2

ОРГАНІЗАЦІЯ І МЕТОДИКА ОБЛІКУ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ТА ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ НА ПРАТ «УКРГРАФІТ»

2.1 Організаційно-економічна характеристика підприємства

Приватне акціонерне товариство «Український графіт» (засновано в 1933 р. як «Дніпровський електродний завод») – перший електродний завод в СРСР. 21 вересня 1933 року на заводі було випущено першу промислову партію анодів для Волховського алюмінієвого заводу. Вже у 1938 році було освоєно виробництво катодних блоків для футеровки алюмінієвих електролізерів, а після закінчення будівництва цеха графітації у 1940 році завод видав перші 1000 тонн заготовок для електродів. У 1941 році робота заводу була перервана війною. Устаткування та корема кількість фахівців були евакуйовані на Урал у м. Челябінськ, відповідно завод був зруйнований. Але у 1948 році Дніпровський електродний завод було відновлено і цехи видали першу післявоєнну продукцію.

У продовж 1949-1979 років було організовано виробництво вуглеграфітових блоків для футеровки доменних і руднотермічних печей, освоєно виробництво великогабаритних електродів, введено в експлуатацію й освоєно роботу на потоковій автоматичній лінії з механічної обробки великогабаритних заготовок електродів, побудовано і введено в експлуатацію комплекс з випуску фасонних виробів на основі вуглецю в складі цеху механічної обробки і ділянка з виробництва мілкопористого графіту. У 1994 році Дніпровський електродний завод перетворений у відкрите акціонерне товариство «Український графіт», яке стало його правонаступником. Важливо зазначити, що саме у 1997 році введено до

експлуатації нового цеху вугільних заготовок, якому не має аналогів у країнах Східної Європи і Росії.

Важливо зазначити, що головну роль в розвитку ПрАТ «УКРГРАФІТ» є саме розробка та впровадження системи менеджменту якості, що є складовою частиною TQM й дозволила мати саме високі технології й покращила конкурентоздатність виробів. Сьогодні підприємство першим у металургійній промисловості України сертифіковане на відповідність трьом міжнародним стандартам водночас: ISO 90001:2000, ISO 14001:96, ОН SAS 18001:1999. Продукція ПрАТ «УКРГРАФІТ» визнанені споживачами та міжнародними організаціями, як якісною й саме дане підприємство займає найвищі позиції серед виробників аналогічної вуглеграфітової продукції в країнах СНД, й успішно конкурує на світовому ринку. Схема організаційної структури ПрАТ «УКРГРАФІТ» має багаторівневий характер, як це показано на рисунку 2.1.



Рисунок 2.1 – Організаційна структура ПрАТ «УКРГРАФІТ»

На чолі ПрАТ «УКРГРАФІТ» коштує Голова правління Генеральний директор. У його безпосередньому підпорядкуванні знаходяться перший заступник (очолює технічний відділ), Директор по економіці і фінансам, Директор за якістю, Комерційний директор і Директор по кадрах і соціальних питаннях. У кожного з директорів і першого зама Генерального директора в підпорядкуванні знаходиться ще і своя група відділів, які будуть розглянуті нижче.

Технічний відділ включає наступні відділи:

- відділ технології – займається розробкою нових і удосконаленням вже вживаних на підприємстві технологій;
- відділ виробництва – розробляє найбільш ефективно з погляду економії і якості поєднання матеріалів для виробництва продукції;
- відділ екології – займається розробкою екологічної політики ПрАТ «УКРГРАФІТ», постійно удосконалюючи її з урахуванням технічних досягнень, стежить за тим, щоб всі процеси на підприємстві знаходилися в керованих умовах з погляду екології;
- відділ нової техніки – займається введенням в експлуатацію нового устаткування, підготовкою програм по навчанню кадрів роботі з ним;
- проектно-конструкторський відділ – займається проектуванням креслень виробів різного призначення з вуглецевого матеріалу; а також служби головного механіка, головного енергетика, відділ АСОВІ і основні виробничі цехи: цех вугільних заготовок та змішувально-пресувальний цех (заготівельні переділи) здійснюють переробку сировини, випуск пресованих (брикетованих) напівфабрикатів з наданням їм геометричних форм;
- цех обпалювання виконує термічну обробку пресованих напівфабрикатів в печах кільцевого типу за допомогою природного газу, а також імпрегування обпалених заготовок просоченням пеком та повторного обпалювання;
- цех графітації здійснює термічну обробку (графітація) обпалених

заготовок в електричних печах. Мета – одержання штучного графіту;

- цех маханічної обробки надає графітованим напівфабрикатам необхідні геометричні форми, товарний вигляд та пакує продукцію.

Відділ по економіці і фінансам включає:

- бухгалтерія;
- фінансовий відділ – відстежує фінансові потоки підприємства;
- плановий відділ – складає план виробництва продукції відповідно до замовлень, що поступають, робить підрахунок планових витрат на виробництво;

- відділ праці і зарплати, відповідно, займається питаннями, пов'язаними з потребою підприємства в робочій силі, оплатою праці, розмірами заробітної плати;

- контрольно-ревізійний відділ займається питаннями внутрішнього контролю на підприємстві, стежить за законністю здійснення всіх операцій.

Відділ якості продукції включає: відділ технічного контролю контролює відповідність виготовленій продукції стандартам якості, прийнятим на підприємстві, а також відділ стандартизації, служба головного метролога, цех КипіА.

Комерційний відділ включає наступні підрозділи:

- відділ зовнішніх постачань і маркетингу відстежує ринок збуту, вивчає рівень і структуру попиту на продукцію підприємства, займається пошуком покупців за межами України, а також організацією постачань за межу;

- відділ матеріально-технічного постачання стежить за наявністю і станом робочої форми одягу, необхідних засобів індивідуального захисту робочих і ін., а також складське господарство, відділ збуту, відділ сировини, транспортний цех.

Відділ кадрів і соціальних питань, включає безпосередньо відділ кадрів, а також адміністративно-господарський відділ, відділ позавідомчої

охорони, житлово-комунальний відділ, комбінат робочого постачання.

Аналітична робота проводиться кожним з відділів по своїй спеціалізації, результати цієї роботи прямують в плановий, де відбувається їх узагальнення і складання загальних висновків по діяльності підприємства. Ці висновки разом з рекомендаціями подаються керівництву підприємства.

ПрАТ «УКРГРАФІТ» регламентований облік та господарські операції відображає відповідно до законодавчо затверджених актів, а саме: Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16 липня 1999 р. № 996-XIV, Національних стандартів бухгалтерського обліку та інших нормативних документів. ПрАТ «УКРГРАФІТ» в процесі відображення операцій бухгалтерського обліку використовує журнально-ордерну схему. Для контролю виконання встановлених на законодавчому рівні вимог, відповідно до нормативних актів, договірної та фінансової дисципліни, достовірності обліку та звітності, на підставі якої відображаються всі господарські операції за звітний період, в єдиній системі поєднуються записи синтетичного та аналітичного обліків, співставляються бухгалтерські звіти та баланси. Облік виробничих витрат та розподіл фактичних витрат на собівартість продукції здійснюється попередільним методом. Резерв сумнівних боргів нараховується виходячи із платоспроможності окремих покупців. Довгострокові інвестиції оцінені за собівартістю, тому що підприємство володіє незначною частиною голосів і не має суттєвого впливу на об'єкти інвестування. До основних запасів підприємства відносять сировину та матеріали, напівфабрикати, залишки незавершеного виробництва, готову продукцію й товари, що обліковують відповідно до правил ведення регламентованого обліку, а саме історичною собівартістю.

На підприємстві у звітному періоді використовувались дані методи оцінки вибуття запасів:

- виробничих запасів – по ідентифікованій собівартості, крім основної

і допоміжної сировини та відходів виробництва – метод середньозваженої;

- горюче-мастильні матеріали – метод середньозваженої собівартості;
- товарів – по ідентифікованій собівартості;
- товарів в громадському харчуванні – метод ціни продажу;
- незавершеного виробництва – по методу ФІФО;
- напівфабрикатів – метод середньозваженої собівартості;
- готової продукції – метод середньозваженої собівартості.

До суми залишку незавершеного виробництва відносяться прямі та накладні витрати, що відображаються за виробничою собівартістю. Собівартість готової продукції формується на підставі прямих виробничих витрат та загальновиробничих витрат. Основні види продукції ПрАТ «УКРГРАФІТ» зазначено у вигляді рисунку 2.2.

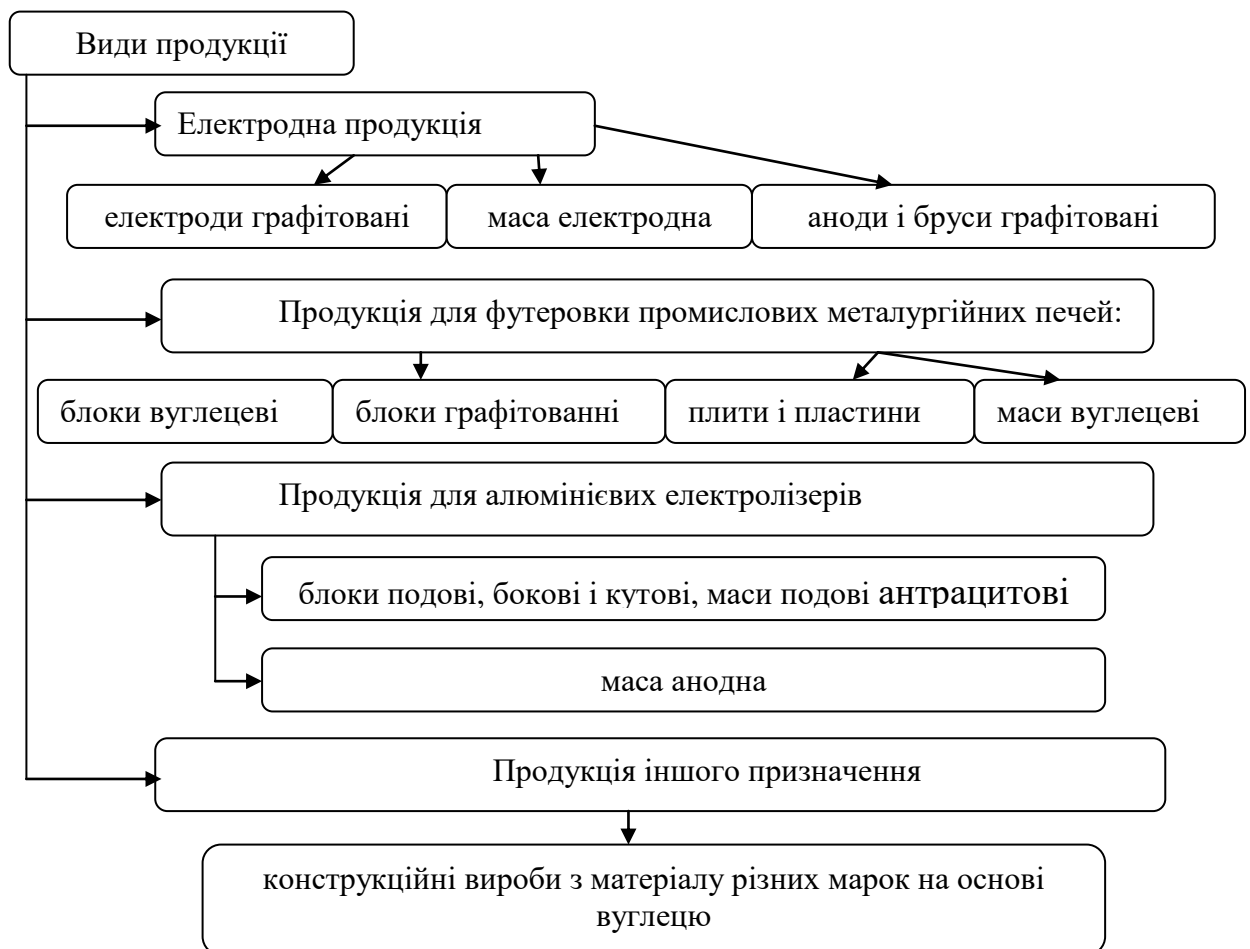


Рисунок 2.2 – Види продукції ПрАТ «УКРГРАФІТ»

Попит на графітовані електроди характеризується відносно стабільним зростанням з незначними коливаннями, що викликають дві протилежні тенденції, що визначають номенклатурну структуру попиту: зкорочення потреби через поліпшення споживчих якостей продукції; збільшення частки виробництва сталі у високопотужних електродугових печах. Тенденціями зміни номенклатурного попиту на графітовані електроди є: збільшення попиту на електроди для високопотужних печей; збільшення частки попиту на електроди для великих перерізів. Попит окремих споживачів залежить тільки від якості продукції, що поставляється йому, а також її собівартості, як основної складової за товар, пропонований споживачу.

Попит на вуглецевмісні маси для самовипалювальних електродів характеризується відносною стабільністю і визначається технологічними тенденціями двох основних галузей-споживачів: алюмінієвої промисловості і виробниками феросплавів.

Попит на вуглецеву продукцію для футерування промислових печей (блоки, вуглецеві пасти і маси) у довгостроковій перспективі (10-15 років) характеризується спадом, пов'язаним зі збільшенням міжремонтних періодів (20-30 років) через поліпшення якості продукції, і «сплесками» на фоні загальної тенденції розвитку галузей-споживачів продукції – виробників алюмінію, феросплаву, чавуну.

Попит на фасонні і конструкційні вироби з графіту має тенденцію до збільшення, що пов'язано з відновленням і розвитком машинобудівної галузі промисловості, а також розширенням застосування вуглеграфітових матеріалів у хімічній, авіаційній, оборонній і інших галузях промисловості.

Попит на вуглеграфітову продукцію може мінятися стрибкоподібно для окремого виробника в залежності від «втрати» чи «придбання» споживача.

Вся продукція, яка виробляється підприємством, реалізується під торговою маркою «ПрАТ «УКРГРАФІТ» (свідоцтво № 29493, видане Укрпатентом) та «UGC» (свідоцтво № 44300, видане Укрпатентом). Робота

підприємства не залежить від сезонних змін. ПрАТ «УКРГРАФІТ» широко співробітничав з іншими країнами, поставляючи свою продукцію більш ніж у 30 країн світу, у т.ч. Німеччину, Бельгію, Іспанію, Італію, Швецію, Болгарію, Угорщину, Чехію, Словаччину, Словенію, Румунію, Грецію, Туреччину, Ізраїль, Канаду, Китай, США, Індію, Іран, Єгипет, ОАЕ, Македонію та інш. Частка експорту в загальному обсязі реалізації продукції складає близько 50%. З метою успішного конкурування підприємства на ринку в службі маркетингу успішно працює група головних фахівців за товарними напрямками для реалізації активної маркетингової політики підприємства на ринку, зміцнення зв'язків зі споживачами і оперативним реагуванням на запити споживачів, що змінюються, і умови роботи на ринку, а також для виконання послуг з сервісно-технічного супроводу вуглеграфітової продукції. В таблиці 2.1 наведено структуру майна підприємства ПрАТ «УКРГРАФІТ» за 2019-2020 роки.

Таблиця 2.1 – Структура майна підприємства ПрАТ «УКРГРАФІТ»

| № з/п | Стаття | 2019, тис. грн | 2020, тис. грн | Відхилення, +,- | |
|-------|--|----------------|----------------|-----------------|-------|
| | | | | Сума, тис. грн | % |
| 1 | Необоротні активи | 386816 | 419287 | +32471 | 108,4 |
| 2 | Оборотні активи | 1962438 | 1370846 | -591592 | 69,9 |
| 2.1 | Запаси | 363318 | 510678 | +147360 | 140,6 |
| 2.2 | Дебіторська заборгованість | 734626 | 11429 | -723197 | 1,5 |
| 2.3 | Грошові кошти | 864472 | 848704 | -15768 | 98 |
| 2.4 | Витрати майбутніх періодів | 22 | 35 | +13 | 159,1 |
| 3 | Необоротні активи, утримані для продажу та вибуття | 43 | 48 | +5 | 111,6 |
| | Разом | 2349297 | 1790181 | -559116 | 76 |

Дані таблиці 2.1 відображають загальну суму майна підприємства. Актив балансу зменшився на 24% або на 559116 грн. Оборотної кошти на початок року склали 1962438 тис. грн, на кінець – 1370846 тис. грн, що на 591592 тис. грн менше, ніж у 2019 році (30,1%). Збільшилась лише стаття

«Витрати майбутніх періодів». Все це пов'язано зі зменшенням кількості покупців, з кризою в країні та світі та, на наш погляд, незбалансованою економічною полтикою в Україні. В таблиці 2.2 ми наведемо аналіз складу та структури операційних витрат на ПрАТ «УКРГРАФІТ».

Таблиця 2.2 – Аналіз складу та структури операційних витрат на ПрАТ «УКРГРАФІТ»

| Елементи витрат | 2019 рік | | 2020 рік | | Відхилення, +,- | |
|---------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-----------------|----------------|
| | Сума, тис. грн | Питома вага, % | Сума, тис. грн | Питома вага, % | Сума, тис. грн | Питома вага, % |
| Матеріальні витрати | 570439 | 69 | 708673 | 64 | +138234 | -5 |
| Виплати на оплату праці | 156041 | 18 | 210674 | 19 | +54633 | +1 |
| Відрахування на соціальне страхування | 56445 | 7 | 74664 | 7 | +18219 | - |
| Амортизація | 32764 | 3 | 20360 | 2 | -12404 | -1 |
| Інші операційн витрати | 33241 | 3 | 74243 | 8 | +41002 | +5 |
| Разом | 851930 | 100 | 1097614 | 100 | +245684 | - |

Найменшу частку в формуванні операційних витрат в обох періодах займають відрахування на соціальне страхування та амортизація. Також варто зазначити, що виплати на оплату праці у порівнянні з минулим періодом збільшились на 54633 тис. грн, а матеріальні витрати в зв'язку з підвищенням цін – на 138234 тис. грн.

2.2 Порядок формування первісної вартості та документування господарських операцій з руху готової продукції

Відповідно до стандартів бухгалтерського обліку готова продукція на ПрАТ «УКРГРАФІТ» оцінюється за первісною вартістю [46]. Але варто

зазначити, що фактична собівартість продукції може бути визначена лише за умов накопичення та розподілу всіх витрат, відповідно щоденне оприбуткування готової продукції в результаті виробництва обліковують з метою визначення вартісних характеристик. Накопичення та розподіл витрат визначається відповідно до стандартів бухгалтерського обліку 16 «Витрати» [45].

За допомогою рисунку 2.3 відображено складові формування первісної вартості готової продукції.

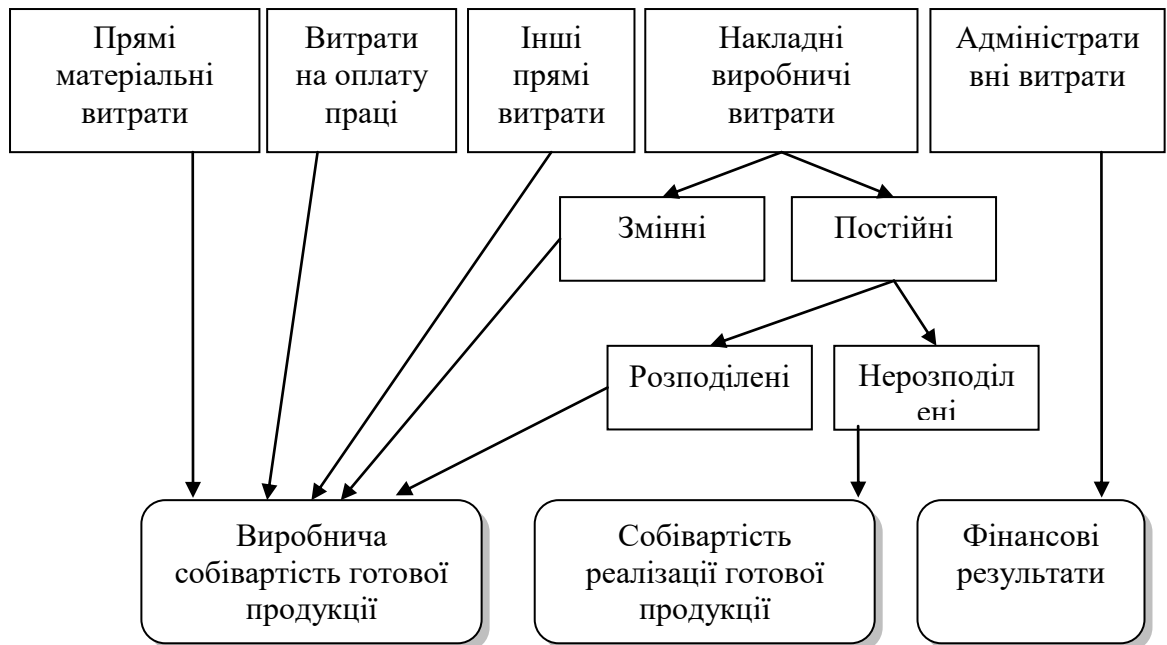


Рисунок 2.3 – Складові формування первісної вартості готової продукції

Етапи оцінювання вже отриманого продукту з врахуванням процесів збуту залежить від затвердженої облікової політики підприємства (рисунок 2.4).

Відповідно до НП(С)БО 9 «Запаси» на підприємстві використовуються методи оцінки матеріально виробничих запасів (таблиця 2.3).

Відповідно до нормативних положень на підприємстві існує

можливість використовувати одночасно декілька методів оцінки, з врахуванням обмежень де для кожної одиниці обліку товарно-матеріальної цінності (з однаковими податковими призначеннями та умовами використання) використовується один з наведених методів.

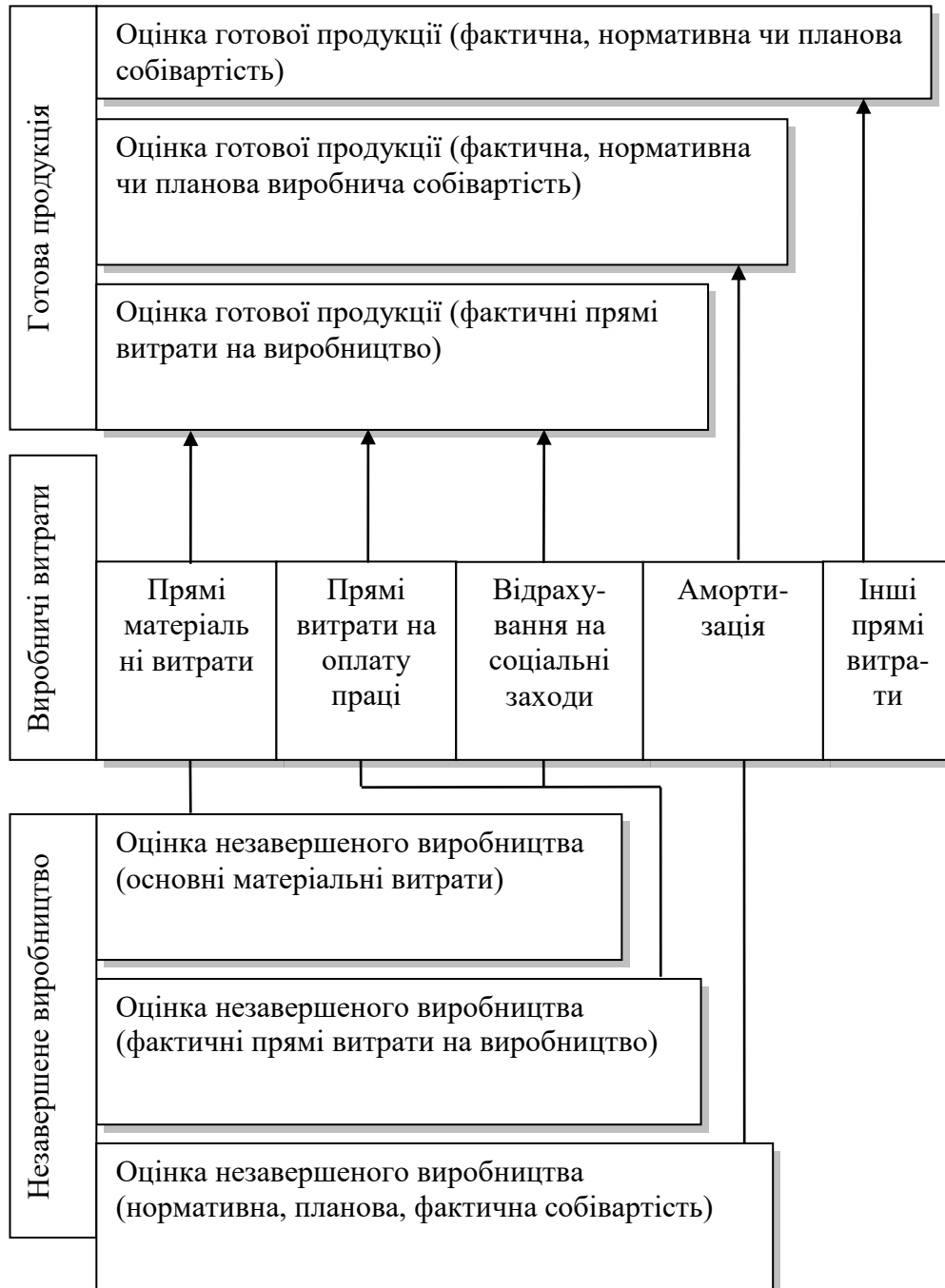


Рисунок 2.4 – Оцінка готової продукції та незавершеного виробництва в бухгалтерському обліку

Саме в обліковій політиці затверджується обраний метод оцінки матеріально виробничих запасів, що не рекомендується змінювати без виникнення вагомих причин. Окрім обраного методу в обліковій політиці затверджується порядок випуску готової продукції, списання вартості МШП за умов передачі їх в експлуатацію. Організація процесу відповідно до облікової політики відповідає саме дії принципу послідовності.

Таблиця 2.3 – Оцінка запасів при їх вибутті

| № з/п | Метод оцінки запасів | Характеристика методу |
|-------|------------------------------|---|
| 1 | Ідентифікована собівартість | Передбачає особливе маркування кожної одиниці запасів, що дозволяє в будь-який момент часу визначити вартість, а також встановити дату витрачання кожної одиниці запасу певного виду, собівартість втраченого запасу та вартість запасів, що лишилися |
| 2 | Середньозважена собівартість | Проводиться за кожною одиницею запасів діленням сумарної вартості залишку таких запасів на початок звітного місяця та вартості одержаних в звітному місяці запасів на сумарну кількість запасів на початок звітного місяця й одержаних у звітному місяці (п. 18 П(С)БО 9) |
| 3 | ФІФО | Базується на припущенні, що запаси використовуються в тій послідовності, в якій вони надходили на підприємство відображені в бухгалтерському обліку, тобто запаси, які першими відпускаються у виробництво (продаж та інше вибуття), оцінюються за собівартістю перших за часом і надходження запасів (п. 19,20 П(С)БО 9) |
| 4 | Нормативні затрати | Полягає у застосуванні норм витрат на одиницю продукції (робіт, послуг), які встановлені підприємством з урахуванням на нормальних рівнях використання запасів, праці, виробничих потужностей і діючих цін. Для забезпечення максимального наближення нормативних витрат до фактичних норм витрат і ціни у нормативній базі повинні регулярно перевірятися та переглядатися (п. 21П(С)БО 9) |

Метод оцінки списання матеріально виробничих запасів обирається з врахування інтересів користувачів регламентованої звітності, адже саме інформація щодо обраних методів відображається відповідно до НП(С)БО 9 «Запаси» у Примітках до річної фінансової звітності.

Метод ідентифікованої собівартості відповідної одиниці готової продукції застосовується при списанні готової продукції, яка не підлягає

заміні іншою готовою продукцією, що є на підприємстві, або готової продукції, яка відпускаються для виконання спеціальних замовлень і проектів.

При застосуванні цього методу рух вартості готової продукції співпадає з їх фактичним рухом, тому вартість відпущеної готової продукції та її залишків обліковується за їх фактичною вартістю. Цей метод є особливо ефективним при використанні комп'ютерних технологій обліку готової продукції, пристроїв зчитування штрихових кодів (при маркуванні товарів), коли кожна одиниця має специфічні, властиві тільки їй характеристики, тобто готова продукція не є однорідною за своїми споживчими якостями. Проте, можливість застосування такого методу на практиці обмежена причинами різноманітності номенклатури та великої кількості однакової готової продукції. У результаті використання цього методу однакова готова продукція обліковується за різною вартістю, що не завжди зручно.

Залежно від того, який саме з однакової продукції використовуватиме підприємство, прибуток буде змінюватися відповідно до первісної вартості кожної готової продукції.

Зауважимо, що метод середньозваженої використовується для кожної окремої одиниці виробу в розрізі додаткових аналітики (тобто для кожної характеристики, серії і т.п.).

Середньозважена собівартість одиниці, що вибуває, розраховується як:

$$\text{Середньозважена собівартість} = \frac{\text{Вартість готової продукції на початок місяця} + \text{Вартість отриманої ідентичної готової продукції протягом місяця}}{\text{Кількість готової продукції на початок місяця} + \text{Кількість ідентичної готової продукції, отриманої протягом місяця}}.$$

Алгоритм розрахунку середньої вартості одиниці готової продукції протягом періоду визначається залежно від методу, що застосовується для обліку готової продукції. Середня вартість одиниці готової продукції може розглядатися як за звітний період (при періодичному обліку списання готової

продукції), так і після кожного наступного надходження (при безперервному веденні обліку списання готової продукції).

Для розрахунку ціни вибуття при періодичній оцінці беруться до уваги всі дані з надходження продукції за звітний період, а при постійній – лише дані за період, що передував даті останнього вибуття готової продукції.

Цей метод можна застосовувати для оцінки взаємозамінної готової продукції, при списанні якої не потрібно проводити ідентифікацію (на відміну від попереднього методу). Недоліком вказаного методу є складність визначення середньої ціни в умовах, коли готова продукція надходять або витрачаються щоденно.

За постійної системи обліку готової продукції при застосуванні методу середньозваженої собівартості вартість готової продукції, що знову надійшла, усереднюється з вартістю наявної готової продукції. У результаті цього одержується ніби-то одна партія за однією обліковою ціною, яка визначається як відношення загальної вартості готової продукції до їх загальної кількості.

Перевага методу оцінки за середньозваженою собівартістю полягає у тому, що оцінку вартості відпущеної готової продукції та її залишків можна отримати одразу в момент здійснення операції, що дає об'єктивну інформацію про вартість готової продукції і практично не дозволяє здійснювати маніпуляції з цифрами. Але це досягається за рахунок великого обсягу роботи.

Метод ФІФО – першою відпускаються готова продукція, що надійшла раніш, базується на хронології надходження, тобто на припущенні, що одиниця готової продукції, яка були вироблена першою, продаються чи використовуються першою, що запобігає їх псуванню, а також, що грошова одиниця є стабільною.

Даний метод найчастіше застосовується для таких видів готової продукції, що коли перша готова продукція, що надійшла, повинна

реалізовуватися у першу чергу, щоб уникнути збитків від їх псування.

При постійному обліку вартість витраченої готової продукції розраховується виходячи з їх загальної вартості безпосередньо при витрачанні чергової партії. Собівартість проданої готової продукції визначається шляхом додавання вартостей, використаних при її збуті. При застосуванні цього методу рух вартості готової продукції у точності не співпадає з їх рухом у натуральному вираженні, але наближається до нього, причому, чим частіше здійснюється придбання та витрачання готової продукції, тим точнішим є це наближення.

Перевага методу ФІФО полягає в його простоті, систематичності та об'єктивності, завдяки використанню цього методу не допускається маніпулювання даними в сторону штучного завищення або заниження вартості готової продукції, тобто сприяє запобіганню можливості маніпулювання прибутком, забезпечує відображення у балансі суми готової продукції, яка приблизно співпадає з поточною ринковою вартістю. Метод ФІФО оправдовує себе в умовах незначної інфляції. Застосування ж його в умовах високої інфляції призведе до завищення вартості матеріальних залишків, заниження собівартості готової продукції та, як наслідок, завищення результатів від реалізації.

Оцінка готової продукції методом ФІФО потребує організації аналітичного обліку не тільки за видами матеріальних активів, але й за партіями постачання, якщо закупівельні ціни на них змінюються.

Метод нормативних затрат використовується на підприємствах промисловості зі складною технологією. Суть полягає у нормуванні всіх витрат, складанні кошторису витрат за виробами, організації обліку з виділенням нормативних витрат і відхилень фактичних витрат від нормативних, калькулюванні фактичної собівартості за статтями калькуляції, яка визначається як алгебраїчна сума нормативних витрат і відхилень фактичних витрат від нормативних.

Основні види норм:

- базові нормативи, які не змінюються протягом тривалого періоду.
- ідеальні нормативи, які розробляються відповідно до ідеальних умов.
- досяжні норми, які розробляються з урахуванням нормальних умов функціонування підприємства та включають поправку на природний убуток матеріалів, втрати від вимушених зупинок та інші витрати залежно від специфіки технології та організації виробництва.

Основні моменти використання нормативного методу обліку затрат, що розкривають сутність застосування пропонуємо зазначити за допомогою рисунку 2.5.

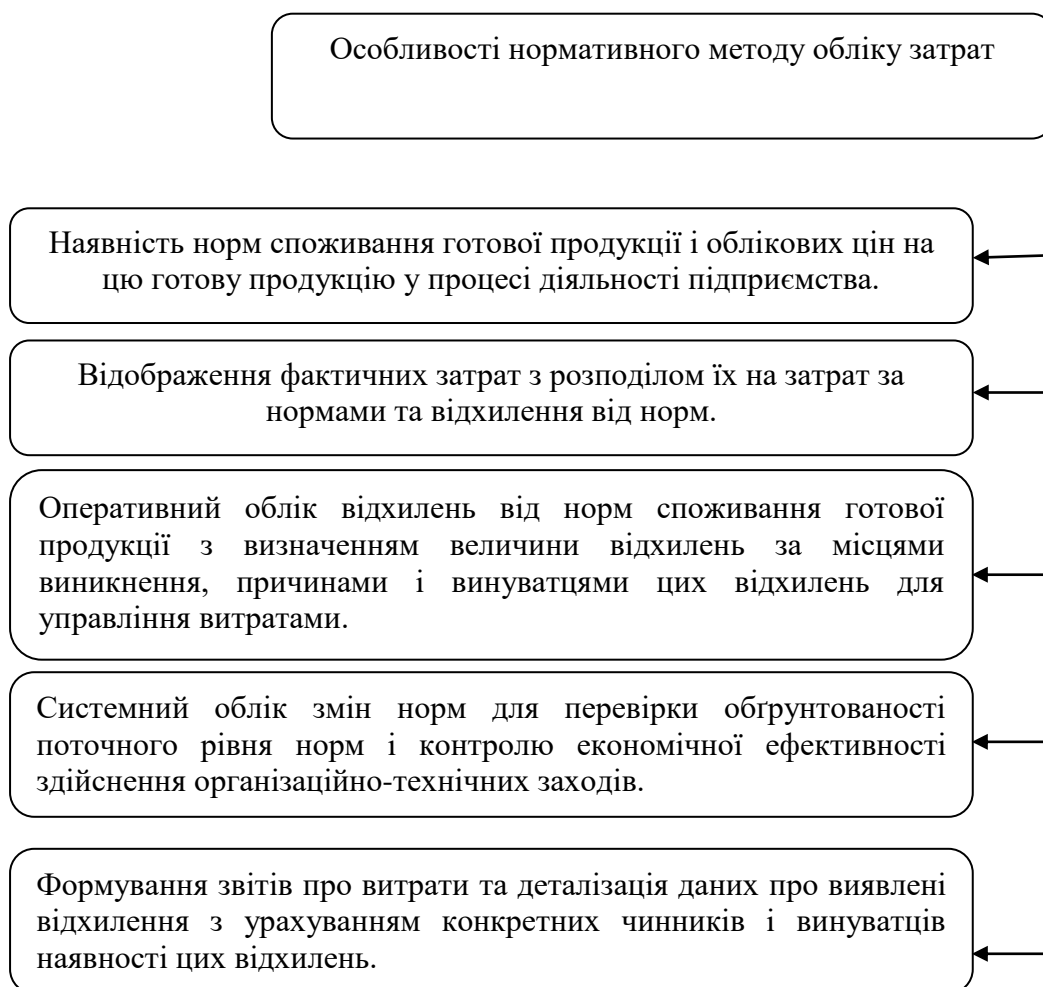


Рисунок 2.5 – Особливості нормативного методу обліку затрат

Для того, щоб зрозуміти різницю між перерахованими методами оцінки, проаналізуємо показники, отримані при застосуванні різних методів оцінки, в системах періодичного та постійного обліку. Для оцінки вибуття готової продукції за методом ідентифікованої собівартості передбачається, що готова продукція не є взаємозамінною, а для всіх інших методів вони подібні та взаємозамінні.

При відображенні в бухгалтерському обліку реалізації готової на продукції ПрАТ «УКРГРАФІТ» зазначаються дві її оцінки: оцінка, що прийнята підприємством згідно з Положенням про облікову політику, – первісна вартість (за дебетом рахунку 901 «Собівартість реалізації готової продукції»), та оцінка, що визначається за домовленістю сторін (за кредитом рахунку 701 «Дохід від реалізації готової продукції»).

Порядок проведення уцінки готової продукції аналогічний порядку проведення уцінки інших запасів. Оприбуткування готової продукції з виробництва на склад відображається в різних документах – накладних, актах, відомостях випуску продукції. Працівник складу відображає дані про готову продукцію у картках в тому ж порядку, що й про виробничі запаси, після чого первинні документи передаються до бухгалтерії. Для звірки даних складського обліку готової продукції з даними бухгалтерського обліку складається Книга залишків готової продукції, до якої переносяться залишки з карток. Працівник бухгалтерії проставляє облікові ціни (планові, договірні) та визначає залишки за кожним видом, сортом готової продукції у грошовому вимірнику. Деякі підприємства ведуть оборотні відомості руху майна. Побудова обліку готової продукції можлива за різними варіантами. Продукція, яка має кількісні, якісні та вартісні характеристики, може бути здана на склад, звідки відбувається її відвантаження та реалізація. Водночас можливий інший підхід, коли готова продукція не передається на склад, а нагромаджується безпосередньо в цехах, звідки її відвантажують або передають покупцеві (рисунок 2.6).

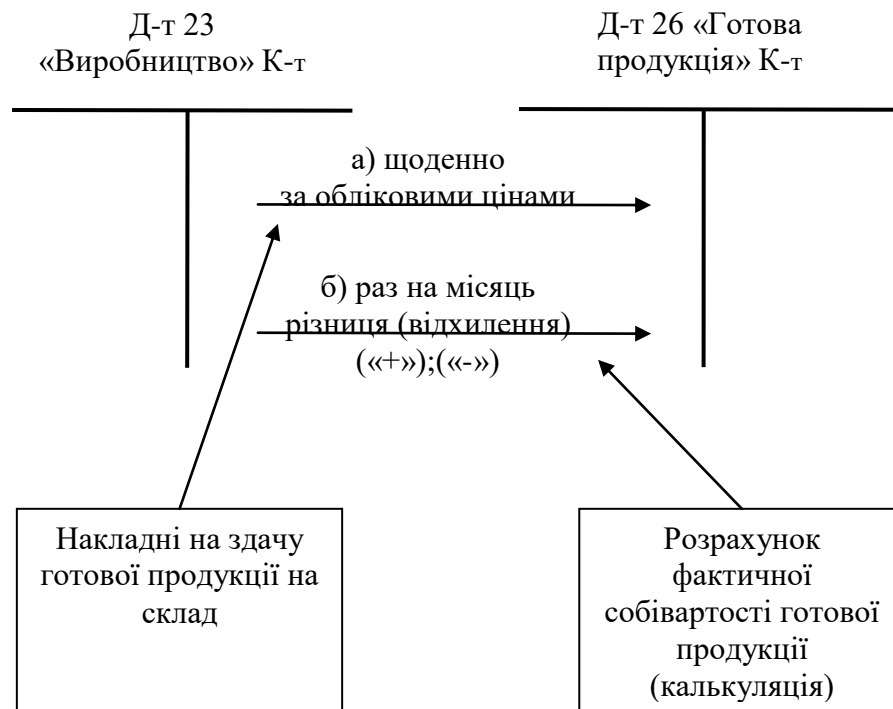


Рисунок 2.6 – Схема обліку випуску готової продукції, що здається на склад і має кількісні та якісні характеристики

Коли продукція є унікальною (пароплав, будинок тощо), то відповідний випуск (передача замовнику) оформлюється документами та відображається наступним записом (рисунок 2.7).

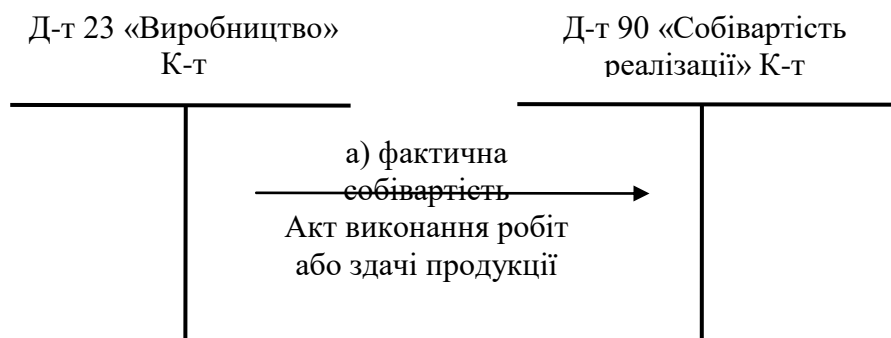


Рисунок 2.7 – Схема обліку випуску готової продукції, яка не здається на склад

Відпуск (відвантаження) продукції покупцю оформлюється видатковими накладними, приймально-здавальними актами із зазначенням номера накладної і дати оформлення, номера і дати договору, назви і реквізитів замовника, одиниць виміру, кількості, оптової ціни та вартості.

2.3 Відображення операцій з руху готової продукції на рахунках бухгалтерської обліку

Рух готової продукції відображається в регламентованому обліку за допомогою рахунку 26 «Готова продукція», який допомагає узагальнити інформацію про обороти підприємства, щодо готової продукції. В дебеті рахунку відображається саме нажходення готової продукції на склад у виді фактичної виробничої собівартості (або нормативною). В кредиті рахунку відображають операції списання (продажу) готової продукції за виробничою собівартістю готової продукції. За допомогою рисунку 2.8 пропонуємо розглянути етапи та порядок відображення обліку готової продукції. При проектуванні, запровадженні та використанні системи обробки даних з обліку готової продукції необхідно брати до уваги її наступні особливості:

- облікові дані про наявність і рух продукції повинні бути оперативними;

- має бути представлена інформація про продукцію за кожним кодом у кількісному та грошовому вираженні;

- всі дані з обліку готової продукції та її реалізації повинні бути пов'язані з обліковою інформацією про витрати на виробництво, про фінансово-розрахункові операції зі збуту та оподаткування, показниками оборотного та сальдового балансів за рахунками бухгалтерського обліку.

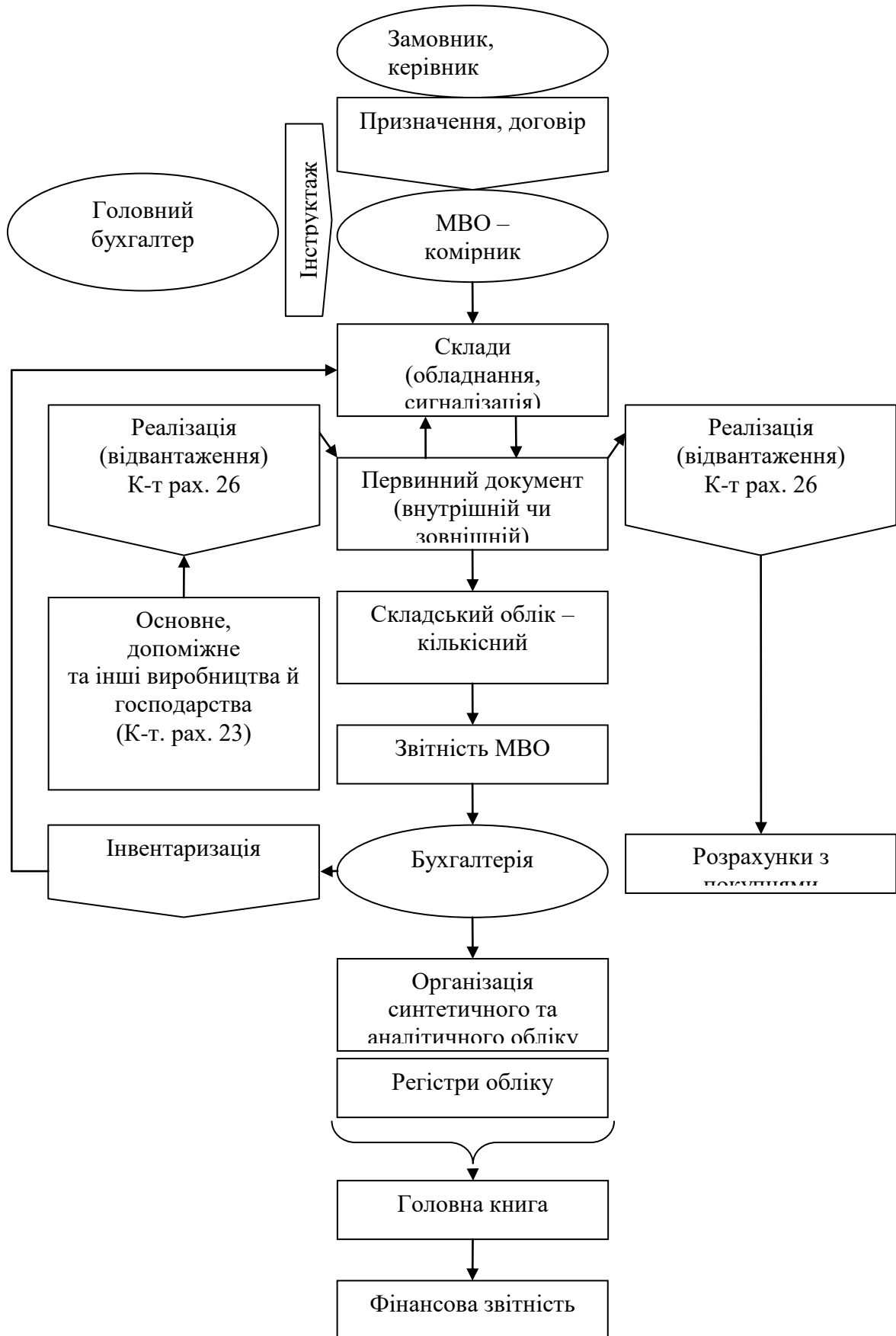


Рисунок 2.8 – Загальна схема бухгалтерського обліку готової продукції

Для управління готовою продукцією інформація повинна формуватися щодо стану запасів готової продукції на складі, своєчасності та правильності її оприбуткування, забезпечення зберігання, своєчасності відвантаження, а також щодо 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 аналітичного обліку готової продукції.

Готова продукція обліковується на підприємствах за місцями її зберігання й окремими видами у встановлених одиницях виміру: натуральних (характеризують кількість, обсяг і вагу продукції відповідно до їх фізичних властивостей, використовують для кількісного обліку готових виробів); умовно-натуральних (показники, необхідні для одержання узагальнених указників з обліку однорідної продукції).

На складі в облікових регістрах (картках, відомостях, сальдових відомостях, оборотних відомостях або Книзі складського обліку) готова продукція обліковується у кількісному вираженні.

Кількісний облік готової продукції за її видами та місцями зберігання же бути організований декількома способами:

- в сортових картках складського обліку – в бухгалтерії складають та обробляють групувальні відомості оприбуткування продукції за її видами у розрізі підрозділів-виробників і за місцями зберігання.

- безкартковим способом – кожен день складають оборотні відомості обліку випуску продукції з виробництва та руху готової продукції у розрізі складів та інших місць зберігання. При цьому необхідно звернути особливу увагу на збалансованість даних з оприбуткування, відпуску та за залишками продукції. Залишки готових виробів періодично інвентаризуються.

У картках або Книгах складського обліку здійснюються записи про надходження та відпуск готової продукції та щоденно виводяться її залишки.

У кінці місяця, за даними аналітичного обліку витрат на виробництво, визначається фактична собівартість готової продукції.

Ціна проставляється на підставі номенклатури-цінника, наявність якого є однією з важливих умов організації обліку готової продукції.

Аналітичний облік приймання та відпуску готової продукції ведеться на підставі прибуткових і видаткових документів. Якщо облік готової продукції ведеться за обліковими цінами, то в кінці звітної періоду, після визначення фактичної собівартості готової продукції, записи з випуску та відвантаження коригуються на суму відхилень фактичної собівартості від її вартості за обліковими цінами шляхом їх співставлення. Від'ємна сума відхилення відображається методом «червоного сторно», додатна - звичайним записом.

Дані аналітичного та синтетичного обліку готової продукції повинні забезпечувати отримання необхідної інформації для складання внутрішньої бухгалтерської звітності.

Отже, бухгалтерський облік готової продукції повинен забезпечити контроль за виконанням завдань з випуску продукції згідно договірної асортименту на всіх стадіях її руху; зберіганням за обсягом, асортиментом за якістю (в місцях складування та в дорозі); своєчасною випискою документів за відвантаження; поданням розрахункових документів покупцям і контроль за здійсненням платежів; використанням матеріальних і фінансових ресурсів за допомогою складання планових і фактичних калькуляцій собівартості продукції.

Кореспонденція рахунків основних господарських операції з руху готової продукції наведено в додатку А.

Синтетичний облік готової продукції ведеться в Журналі 5 (5А).

Податковий облік, тобто балансова вартість готової продукції бере участь в перерахунку приросту (убутку) балансової вартості запасів згідно із законодавством з оподаткування прибутку підприємств.

Балансова вартість запасів у супутній продукції застосовується у розрахунку приросту (убутку) та враховується за місцем виникнення такого приросту (убутку) балансової вартості.

До складу валового доходу відноситься дохід (виручка) від реалізації основної та супутньої продукції за вирахуванням ПДВ.

2.4 Удосконалення обліку готової продукції та її реалізації

Випуск та реалізація готової продукції – це ключові етапи виробничої діяльності суб'єкта господарювання, без якого неможлива головна його мета – задоволення споживчого попиту покупців і одержання прибутку. Грамотна постановка бухгалтерського та податкового обліку готової продукції має важливе значення для формування доходів і витрат по поточній діяльності організації, а також розміру прибутку від реалізації продукції.

Для забезпечення системного підходу до управління процесами випуску і реалізації готової продукції пропонується методичний підхід до формування та структуризації системи інформаційного забезпечення, що включає облікові дані (підсистеми бухгалтерського (фінансового), бухгалтерського (управлінського) та податкового обліку) і позаоблікові дані (внутрішні локальні документи організації, бізнес-план (програма розвитку) організації, нормативно-довідкові дані, акти перевірок і ревізій). Останні з них дозволять розширити межі збору, реєстрації та узагальнення всіх видів облікової інформації, необхідної для підготовки управлінських рішень щодо аспектів формування та використання доходів від реалізації. Рекомендована структура інформаційного забезпечення управління доходами від реалізації готової продукції представлена на рисунку 2.9.

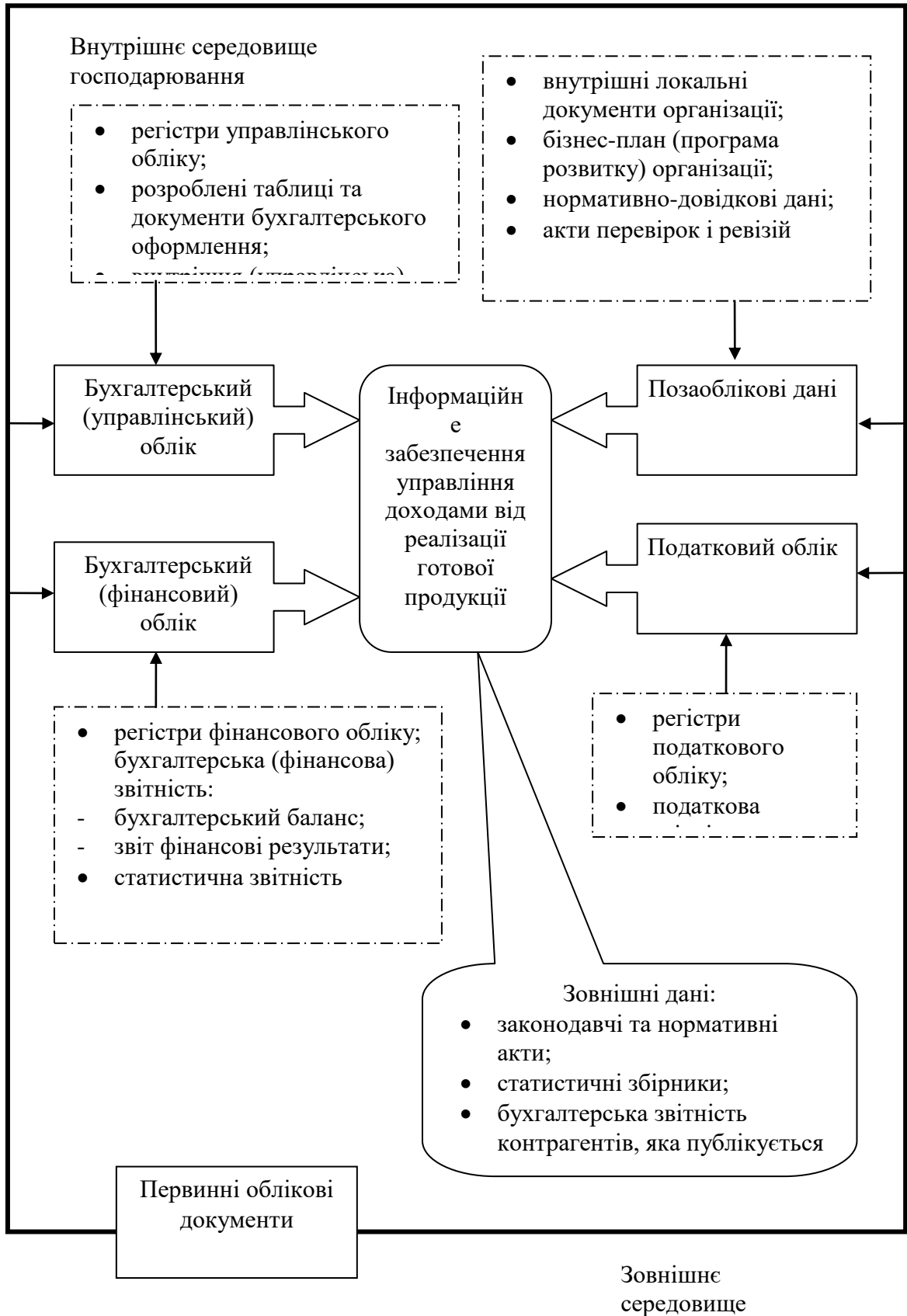


Рисунок 2.9 – Рекомендована структура інформаційного забезпечення управління доходами від реалізації готової продукції

Єдина система інформаційного забезпечення управління доходами від реалізації готової продукції дозволить скоротити витрати на ведення обліку, забезпечити цілісність і несуперечність всієї облікової інформації, скласти бухгалтерську (фінансову) звітність, адекватно відобразити результати діяльності організації для зацікавлених груп користувачів.

Фундаментальне значення для методики обліку випуску та реалізації готової продукції має її оцінка. В даний час для цілей бухгалтерського обліку та звітності використовуються кілька оцінок готової продукції, проте в системі рахунків відсутня прозоре відображення переходу від оцінки за собівартістю до оцінки за відпускними цінами.

Причина полягає в недооцінці сучасним вітчизняним рахунковеденням і бухгалтерською практикою значення операційно-оціночних і контрольно-планових рахунків для оцінки та поточного обліку короткострокових активів. В результаті синтетичний облік за рахунком 26 «Готова продукція» недостатньо взаємопов'язаний з поточним урахуванням руху готової продукції, а в бухгалтерському балансі як активи можуть відображатися її запаси в нереальному оцінці, хоча вона і буде відповідати їх собівартості в даній організації.

Майбутню економічну вигоду капіталізовані витрати на виробництво продукції принесуть після її реалізації у вигляді отриманої виручки. Однак при формуванні відпускної ціни виходять з планової собівартості і необхідного рівня прибутку, який встановлюється у відсотках до даного показника. Це означає, що понадпланові витрати на випуск продукції в майбутньому ніколи не принесуть економічної вигоди і з цієї причини їх недоцільно капіталізувати. У зв'язку з цим перевищення фактичної собівартості над плановою собівартістю необхідно визнати не як ресурс організації в активі її бухгалтерського балансу, а як витрата в звіті про прибутки і збитки того звітного періоду, коли воно виникло.

Реалізація виготовленої продукції передбачає відвантаження її

покупцям, при цьому організація розраховує отримати певні економічні вигоди. Однак в разі повернення зазначеної продукції покупцями продавець позбавляється можливості отримати прибуток від такої операції. У зв'язку з цим розвиток методики обліку повернення продукції, спрямованої на отримання достовірної інформації про величину і причини повернень, має особливу актуальність і практичну значимість, оскільки володіння зазначеною інформацією дозволить не тільки достовірно визначати фінансовий результат, а й запобігати негативні факти господарської діяльності.

Відповідно до існуючої в Україні практики при поверненні продукції записи на рахунках бухгалтерського обліку організації-постачальника продукції коригуються методом «червоне сторно». При цьому сторнується як величина виручки, так і сума заборгованості покупців, величина нарахованих непрямих податків і фактичної собівартості реалізованої продукції.

Застосування сторнованих записів для обліку повернення продукції не дозволяє накопичувати інформацію про величину і причини повернень, а отже, не дає можливості проводити їх аналіз і приймати адекватні управлінські рішення щодо усунення зазначених ситуацій, що призводять до недоотримання прибутку по поточній діяльності в результаті повернення продукції покупцями.

Виходячи з цього можна зробити висновок, що в Україні назріла гостра необхідність вдосконалення методики обліку повернення продукції, реалізованої покупцям, спрямованої на отримання достовірної інформації про величину і причини повернень.

В обліковій практиці США існує спеціальний рахунок, призначений для обліку повернень і уцінки проданих товарів. Як відзначають Нидлз Б., Андерсон Х. і Колдуелл Д.: «Кожен випадок повернення і уцінки товарів записують в дебет рахунку «Повернення і уцінка проданих товарів» (Sales Returns and Allowances)... Цей рахунок є допоміжним до рахунку «Реалізація»

і має дебетове сальдо. Його оборот вираховується із суми валової реалізації в звіті про прибутки і збитки» [38].

Однак, на нашу думку, недоліком даного рахунку є те, що, по-перше, він не кореспондує безпосередньо з рахунком реалізації і, отже, не дає можливості формувати достовірні дані про величину виручки організації на одному синтетичним рахунку; по-друге, показники повернення формуються на ньому тільки в оцінці за продажними цінами, не враховуючи при цьому собівартість повертається покупцем продукції.

Для узагальнення інформації про повернення продукції, реалізованої покупцям, і її подальшого списання на відповідні рахунки пропонуємо ввести до Плану рахунків бухгалтерського обліку окремий рахунок «Повернення продукції» [44].

Запропонований рахунок не має сальдо на кінець звітної періоду. Суми повернень продукції покупцями відображаються за дебетом названого рахунку протягом місяця, а потім відбувається зменшення величини виручки, що обліковується на відповідних рахунках, і собівартості реалізованої продукції. Безпосереднє акумулювання інформації про повернення продукції покупцями здійснюється на окремих субрахунках, що відкриваються до рахунку «Повернення продукції».

Порядок відкриття субрахунків до рахунку «Повернення продукції» обумовлений специфікою господарських операцій, пов'язаних з поверненням продукції. Організація-постачальник, приймаючи назад продукцію, повинна відобразити в бухгалтерському обліку оцінку продукції за відпускними цінами і фактичної собівартості. Вважаємо за доцільне відкриття до рахунку «Повернення продукції» таких субрахунків, тобто 26/4 «Повернення продукції в сумі виручки», 26/5 «Повернення продукції за фактичною собівартістю» та 26/6 «Списання повернення».

При цьому аналітичні рахунки другого порядку до субрахунку «Повернення продукції в сумі виручки» відображають порядок розрахунку

виручки як різниці між вартістю продукції за цінами реалізації і величиною непрямих податків. Аналітичні рахунки другого порядку до субрахунку «Повернення продукції за фактичною собівартістю», в свою чергу, відтворюють складові собівартості яку повертатимуть продукції. Субрахунок «Списання повернення» призначений для відображення коригування рахунків обліку доходів і витрат по продукції, раніше реалізованої покупцям. Угрупування повернень продукції за запропонованими субрахунках дозволить спростити і уніфікувати порядок складання кореспонденції рахунків з відображення операцій повернення продукції.

Аналітичні рахунки третього порядку призначені для угрупування операцій повернення продукції покупцями з причин його виникнення. Перелік можливих причин, їх найменування і кількість визначаються організацією самостійно, виходячи з потреб управління. Виділення зазначених субрахунків третього порядку дозволить проводити аналіз причин виникнення повернення і приймати відповідні рішення, спрямовані на їх усунення. Ці питання є особливо актуальними в умовах впровадження системи менеджменту якості.

Практичне застосування пропонованої методики фінансового обліку операцій руху готової продукції дозволить підвищити якість і оперативність обліково-аналітичної інформації, використовуваної в системі управління доходами і витратами по поточній діяльності організації.

З метою покращення обліку готової продукції й її збуту виникає потреба в розділенні витрат на збут, які накопичують витрати що виникають в процесі доведення продукції до покупця, пакувальний матеріал, тару, витрати на утримання складських приміщень, маркетингові витрати, діагностику ринків збуту і т.п. Так, для спрощення обліку готової продукції на підприємствах промисловості наголошуємо на доцільності його ведення за видами готової продукції. На нашу думку, для цього слід використовувати субрахунки 26/1 «Основна продукція» та 26/2 «Супутня продукція», а також

26/3 «Побічна продукція».

Відображення операцій оприбуткування готової продукції на склад обліковується за допомогою дебету рахунку 26 «Готова продукція» з кредитом рахунку 23 «Виробництво». У випадках оприбуткування вироблених напівфабрикатів, з метою реалізації відображається за допомогою рахунку 26/3 «Побічна продукція» з кредитом рахунку 25 «Напівфабрикати». За умови використання готової продукції в процесі діяльності підприємства облік відображається бухгалтерськими проведеннями з використанням субрахунків 26/2 «Супутня продукція» або інших субрахунках залежно від призначення: дебет рахунку 20 «Виробничі запаси» та кредит рахунку 26/2 «Готова продукція».

РОЗДІЛ 3

АНАЛІЗ РУХУ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ПРАТ «УКРГРАФІТ»

3.1 Завдання та інформаційне забезпечення аналізу виробництва і реалізації продукції

Важливо відмітити, що саме показники обсягу виробництва продукції та її збуту є взаємозалежними між собою, але необхідно враховувати фактори обмеження виробничих потужностей та необмеженого попиту, які впливають саме на показник обсягу виробництва продукції. Поступове насичення ринку виробами та збільшення конкуренції впливає також на обсяги випуску продукції, але й можуть бути зворотні випадки коли показники обсягів продажу впливають на розробку нових ефективних, конкурентоспроможних виробничих програм. Для ефективної діяльності підприємства рекомендується випускати саме ті обсяги продукції, які підприємство може реалізувати.

Зауважимо, що швидкість збільшення показників обсягу виробництва продукції й її реалізації, в т.ч. покращення якості продукту несуть за собою безпосередньо збільшення витрат, отриманого прибутку та покращення показника рентабельності. Відповідно до даного твердження проведення аналізу даних показників, є одним з важливим етапом на підприємстві, що дозволяє отримати відповіді на поставлені завдання:

- діагностика рівню виконання затверджених планів та аналіз темпів зростання виробництва продукції і її реалізації;
- діагностика факторів впливу на зменшення даних показників;
- визначення внутрішньогосподарських резервів, які призводять до збільшення показників випуску продукції та її збут;

– формування рекомендацій, управлінських рішень, що впливають на використання визначених резервів.

Пропонуємо визначити об'єкти аналізу:

– показники обсягу виробництва продукції за номенклатурними групами й з деталізацією по номенклатурі;

– показники реалізації продукції за номенклатурними групами й з деталізацією по номенклатурі;

– рівень якості виробу та стан конкурентоспроможності виробу;

– структурі виробничої діяльності та збуту продукції;

– ритмічність виробництва та збуту продукції.

За допомогою рисунку 3.1. пропонуємо навести основні етапи аналізу виробництва та реалізації готової продукції.

Доцільно навести головні джерела, які надають інформацію для проведення оцінки й аналізу показників виробництва готової продукції та її збуту:

– первинні документи, які включають отримані акти, видаткові накладні, прибуткові накладні, документи повернення товару (або бракованого товару), сертифікати якості та відповідності тощо;

– сформовані обороти за рахунками бухгалтерського обліку, а саме: 23 «Виробництво», 26 «Готова продукція», 36 «Розрахунки з покупцями», 68 «Отримані аванси», 90 «Собівартість реалізації» тощо;

– дані з облікових реєстрів;

– показники з фінансової регламентованої звітності;

– статистична звітність;

– інші джерела інформації, що включають сформовані документи попередніх аналогічних досліджень, робочі наряди, рапорти про простой устаткування тощо.

Зауважимо, що вище зазначені джерела інформації використовуються саме в процесі проведення ретроспективного аналізу виробничої

діяльності. При проведенні оперативної оцінки та аналізу виробничої діяльності використовуються саме данні з отриманих первинних документів та реєстрів аналітичного обліку за рахунками 20 «Виробничі запаси», 23 «Виробництво», 26 «Готова продукція», 36 «Розрахунки з покупцями», 68 «Отримані аванси», 90 «Собівартість реалізації» і т.п.

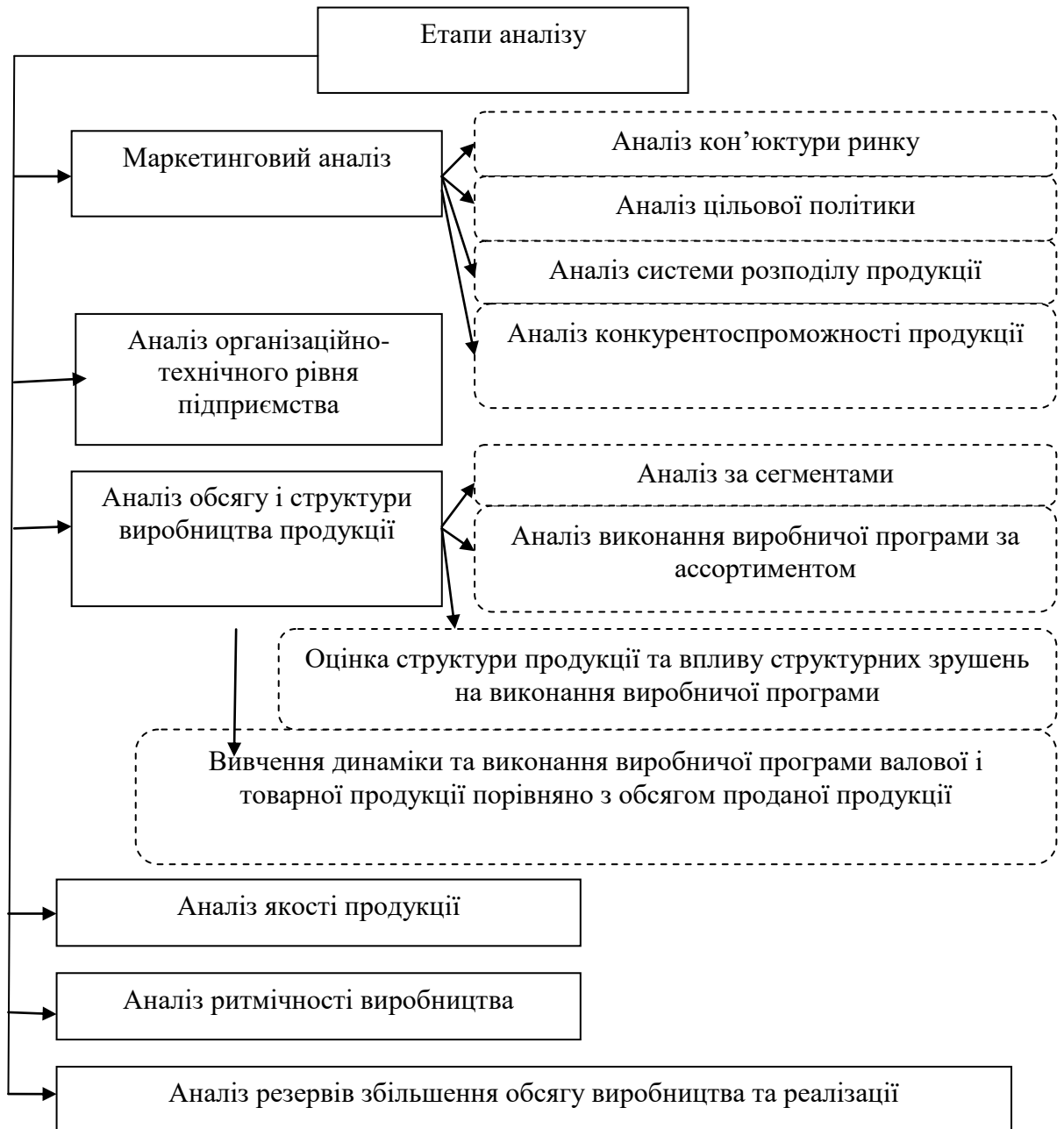


Рисунок 3.1 – Етапи аналізу виробництва та реалізації готової продукції

При проведенні прогнозованої оцінки та аналізу виробничої діяльності використовуються саме прийняті управлінські рішення.

3.2 Аналіз ритмічності роботи підприємства

В процесі проведення діагностики виробничої діяльності підприємства доцільно проводити аналіз ритмічності виробництва й відвантаження продукції. Ритмічність випуску продукції дозволяє аналізувати виробничий процес саме до співвідношення затверджених графіків випуску (виробничих програм) в розрізі окремих інтервалів часу. Потрібно зауважити, що показник ритмічності не завжди дорівнює рівномірності в розрізі інтервалів часу, адже прогнозовані задачі не завжди існує можливість порівняти розподілити. Пропонуємо визначити трактування поняття «ритмічність виробництва», яке відображає збалансовану виробничу діяльність підприємства, що впливає на організацію ритмічного виробничого процесу випуску продукції. Важливо зауважити, що саме порушення визначених правил ритмічного випуску продукту може вплинути в свою чергу на неефективне використання виробничих ресурсів, трудових ресурсів, а також на збільшення обсягів незавершеного виробництва, застаріння випущеної раніше виробів, й до підвищення показника собівартості продукції, яке впливає на зменшення отриманого валового прибутку й рентабельності підприємства, що відповідно впливає також на фінансовий результат підприємства. Саме за допомогою зіставлення фактичних даних та прогнозованих даних виробничих програм в розрізі інтервалів часу проводиться аналіз ритмічності, який аналізується у цілому по підприємстві та з деталізацією по підрозділам. Зауважимо, що саме ритмічна виробнича діяльність впливає на ефективність випуску готової продукції та її збут, адже

саме при неритмічне виробництво призводить до погіршення основних економічних показників, а саме: погіршення якості виробу; збільшення обсягів незавершеного виробництва та застарілість залишків на складах продукції; сповільнення показника оборотності капіталу; не своєчасне виконання договорів поставки, яке може привести до виникнення штрафів; зменшення оборотності грошових коштів; неефективне використання фондів заробітної плати, у зв'язку з виникненням простоїв, а в окремих понаднормової роботи. Саме погіршення даних економічних показників, впливає безпосередньо на формування собівартості продукції та фінансового стану підприємства. При проведенні аналізу ритмічності випуску продукції використовуються прямі й непрямі показники (рисунок 3.2).



Рисунок 3.2 – Показники оцінки ритмічності

Саме основним найчастіше використовуваним показником є коефіцієнт ритмічності ($K_{\text{ритм}}$), який розраховуються саме при використанні фактичної суми питомої ваги випуску продукції (за певний час), в порівнянні з плановим рівнем:

$$K_{\text{ритм}} = 31,75 + 32,82 + 33,34 = 97,91 \%$$

Величина коефіцієнта варіації розраховується у вигляді співвідношення середньоквадратичного відхилення від планового завдання (за декаду) до середньодекадного планового випуску продукції (формула 3.1):

$$K_{\text{в}} = \frac{\sqrt{\sum(x_i - \bar{x})^2/n}}{\bar{x}}, \quad (3.1)$$

де $K_{\text{в}}$ – коефіцієнт варіації;

$(x_i - \bar{x})^2$ – відхилення від середньодекадного завдання;

n – число періодів;

\bar{x} – плановий середньоквартальний (середньомісячний, середньодекадний) випуск продукції.

$$K_{\text{в}} = \frac{\sqrt{((24732 - 25000)^2 + (25567 - 25000)^2 + (27602 - 25000)^2)/3}}{25000} = 0,066$$

Відповідно до даних формул, на досліджуваному підприємстві коефіцієнт варіації складає 0,066, що означає відхилення випуску готової продукції від декадного графіку випуску на 6,6 %.

Для повноцінного проведення аналізу ритмічності виробництва на підприємстві рекомендується використовувати показник аритмічності ($K_{\text{аритм}}$), який розраховується додатком позитивних та негативних відхилень від прогнозованого плану за окремо встановлений час. Зауважимо зв'язок, що у випадку низької ритмічності, збільшуєть показник аритмічності.

Відповідно до сформованих даних в таблиці 3.1 даний показник складає:

$$K_{\text{аритм}} = (1 - 0,989) + (1 - 1,023) + (1 - 1,104) = 0,011 + 0,023 + 0,104 = 0,14$$

Зауважимо, що на аналізованому підприємстві ПрАТ «УКРГРАФІТ» існують окремі причини недовиконання затверджених планів виробництва продукції, які впливають в свою чергу на показник аритмічності. Для розрахунку необхідно відносну зміну обсягів виробництва продукції віднести до загального показника аритмічності й помножити на 100.

Таблиця 3.1 – Ритмічність випуску продукції по декадах

| Декада | Випуск продукції тис. грн. | | Питома вага продукції, % | | Виконання плану, коефіцієнт | Відхилення | | Частка продукції, зарахована у виконання плану по ритмічності, % |
|--------|----------------------------|-------|--------------------------|-------|-----------------------------|---------------------|-------------|--|
| | план | факт | план | факт | | абсолютне, тис.грн. | відносне, % | |
| Перша | 25000 | 24732 | 33,33 | 31,75 | 0,989 | -268 | -1,07 | 31,75 |
| Друга | 25000 | 25567 | 33,33 | 32,82 | 1,023 | +567 | +2,27 | 32,82 |
| Третя | 25000 | 27602 | 33,34 | 35,43 | 1,104 | +2602 | +10,41 | 33,34 |
| Всього | 75000 | 77901 | 100 | 100 | 1,039 | +2901 | +3,87 | 97,91 |

За першу декаду план випуску недовиконаний на 268 тис. грн. або на 1,07%, тобто на 168 тис. грн. або на 0,67%, через несвоєчасної поставки сировини і на 100 тис. грн. або 0,4%, через несправність обладнання. Звідси частка першого фактора у зміні загального показника аритмічності становить $2,91\% = (0,0067 / 0,14 \times 100)$, а другого – $4,87\% = (0,004 / 0,14 \times 100)$.

До внутрішніх причин аритмічності відносять низьку стан організації виробничого процесу, погіршення матеріально-технічного забезпечення, нефективно розроблені технології виробництва, неефективні засоби контролю виробничої діяльності. До зовнішніх причин аритмічності відносять затримки отримання сировини та матеріалів від постачальників, невивантаження енергоресурсів і т.п.

При проведенні аналізу доцільно розраховувати прогнозовані збитки з випуску продукції, які можуть виникнути при неритмічній роботі. Даний показник розраховують, як віднімання фактичного та можливого випуску

готової продукції, обчисленим виходячи з найбільшого середнедекадного обсягу виробництва, тобто $77901 - 27602 \times 3 = 4905$ тис. грн..

Головним показником, який відображає результативність виробничої діяльності є саме обсяги реалізованої готової продукції, що безпосередньо впливають на формування фінансового результату підприємства та його фінансове становище.

Проведення аналізу реалізації готової продукції аналогічно проведенню аналізу виробництва продукції, та враховує оцінку виконання затверджених планів продажу й їх відхилення, аналіз темпів зростання, виявлення середньорічних показників динаміки. Проведення аналізу реалізації готової продукції дозволяє діагностувати причини формування залежів готової продукції на складах та виникнення простроченої заборгованості з покупцями тощо.

Пропонуємо провести аналіз виконання прогнозу реалізації продукції за даними таблиці 3.2.

Таблиця 3.2 – Ритмічність реалізації продукції по декадах

| Декада | Реалізація продукції, тис. грн. | | Відхилення | |
|--------|---------------------------------|-------|---------------------|-------------|
| | план | факт | абсолютне, тис.грн. | відносне, % |
| Перша | 28000 | 29865 | 1865 | 6,66 |
| Друга | 29500 | 28350 | -1150 | -3,90 |
| Третя | 29000 | 26835 | -2165 | -7,46 |
| Всього | 86500 | 85051 | -1449 | -5 |

Аналізуючи дані таблиці 3.3, можна зробити висновок, що у першій декаді фактичний обсяг реалізації продукції перевищував прогнозний на 1865 тис.грн. або на 6,66%, але у наступних декадах немає позитивного відхилення, у другій реалізація продукції на 1150 тис. грн. або на 3,9% менше за план, а у третій ще більше відхиляється від плану, тобто на 2165 тис. грн. або на 7,46%.

Пропонуємо визначити основні фактори впливу на обсяги реалізації готової продукції (рисунок 3.3).

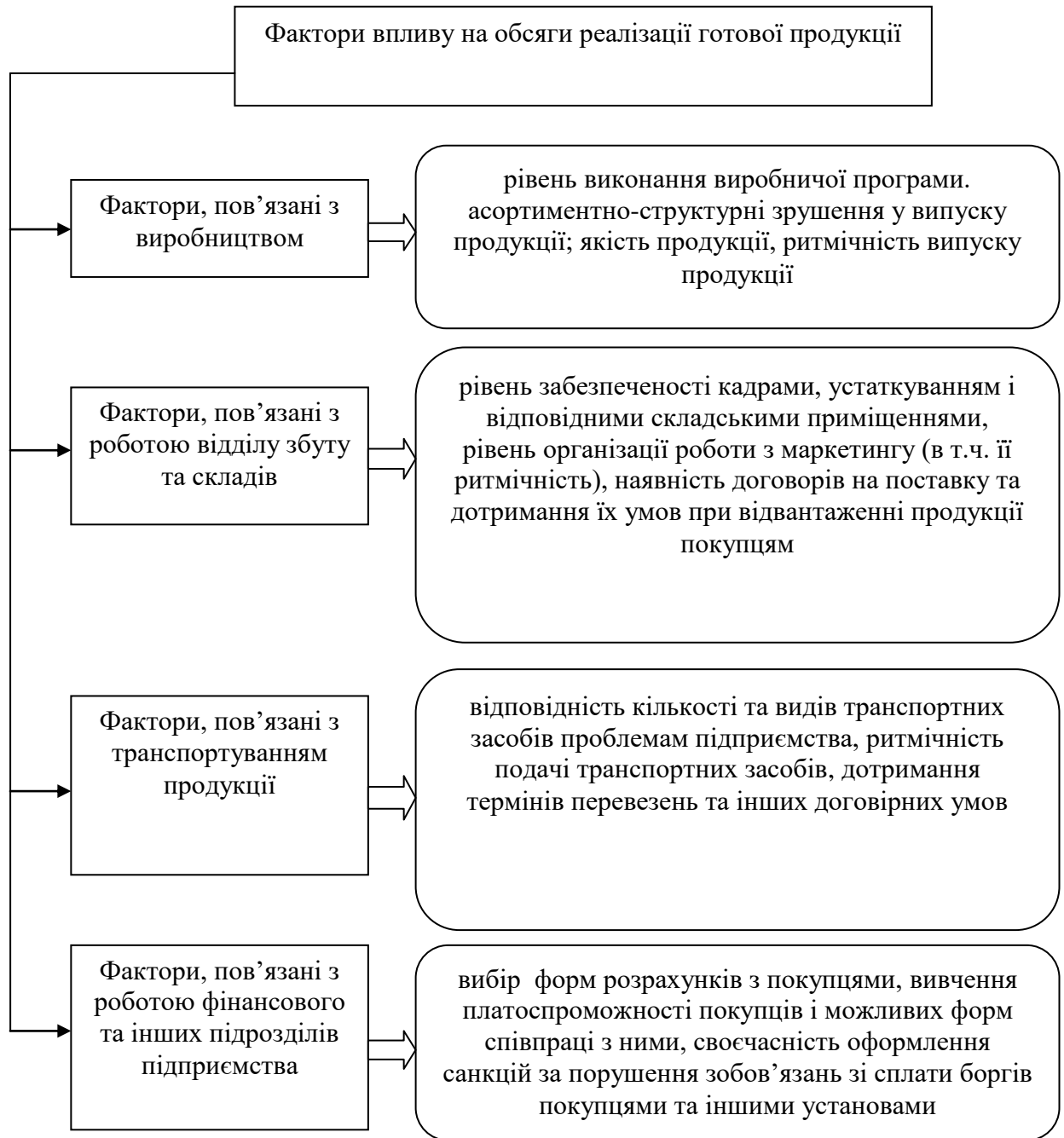


Рисунок 3.3 – Фактори впливу на обсяги реалізації готової продукції

Оперативний аналіз реалізації продукції здійснюється шляхом порівняння фактичних і прогнозних даних про реалізацію продукції за обсягом, асортиментом, як правило, за день (декаду) наростаючим підсумком з початку місяця, ретроспективний – за кожен місяць, квартал, півріччя, рік.

На закінчення аналізу розробляють конкретні заходи щодо усунення

причин неритмічної роботи, такі як несвоєчасне постачання сировини і матеріалів постачальниками, інші порушення постачальниками договірних умов (зміна ціни, якості матеріалів, що поставляються), відсутність енергії не з вини підприємства, простої устаткування, втрати робочого часу та ін.

3.3 Аналіз факторів і резервів збільшення випуску і реалізації продукції

Після проведеного аналізу виконання затверджених виробництва та продажів готової продукції, доцільно виявити чинники що впливають на їх зміни (рисунок 3.4).

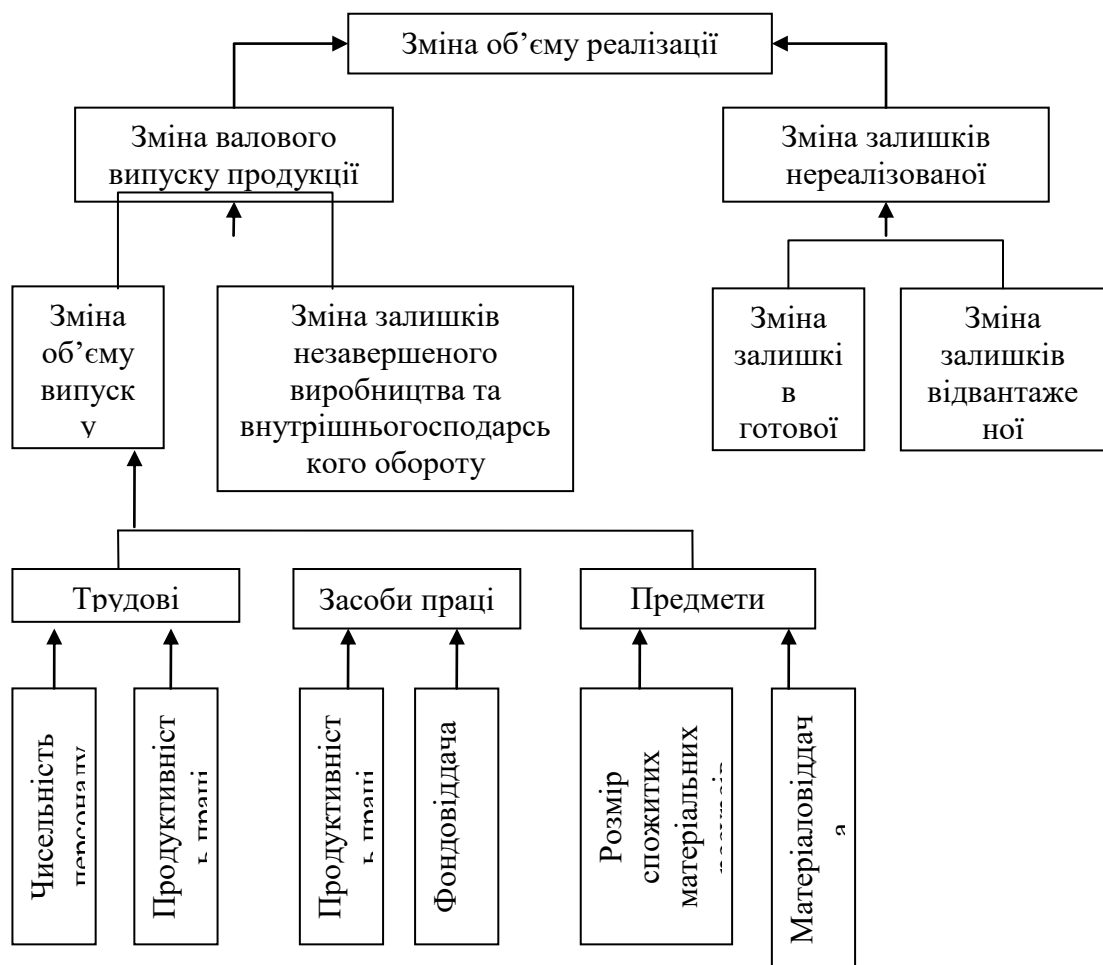


Рисунок 3.4 – Схема факторної системи обсягу реалізації продукції

Зауважимо, що використовують саме дві методики проведення факторного аналізу реалізації готової продукції. У випадках коли виручка підприємства визначається за відвантаженням продукції, то баланс продукції буде мати вигляд (формула 3.2):

$$\Gamma\Pi_{\text{п}} + \text{OB} = \text{OP} + \Gamma\Pi_{\text{к}}, \quad (3.2)$$

де $\Gamma\Pi_{\text{п}}$, $\Gamma\Pi_{\text{к}}$ – відповідно залишки готової продукції на складах на початок і кінець періоду;

OB – обсяг виробництва продукції;

OP – обсяг реалізації продукції за звітний період.

Розрахунки матимуть вигляд:

$$2019 \text{ рік: } 187829 + 741345 = 108836 + 820338$$

$$929174 = 929174$$

$$2020 \text{ р.: } 108836 + 934811 = 246175 + 797472$$

$$1043647 = 1043647$$

Звідси формула 3.3:

$$\text{OP} = \Gamma\Pi_{\text{п}} + \text{OB} - \Gamma\Pi_{\text{к}} \quad (3.3)$$

Тобто:

$$2019 \text{ р.} = 187829 + 741345 - 108836 = 820338 \text{ тис.грн.}$$

$$2020 \text{ р.} = 108836 + 934811 - 246175 = 797472 \text{ тис.грн.}$$

Результати розрахунків впишемо до таблиці 3.4. п. 4. Якщо виручку визначати після оплати відвантаженої продукції, то товарний баланс можна записати так:

$$\Gamma\Pi_{\text{п}} + \text{OB} + \text{ЗВ}_{\text{п}} = \text{OP} + \text{ЗВ}_{\text{к}} + \Gamma\Pi_{\text{к}}, \quad (3.4)$$

де $ЗВ_{п}$, $ЗВ_{к}$ – залишки відвантаженої продукції на початок і кінець періоду.

Розрахунки матимуть вигляд:

$$2019 \text{ р.: } 187829 + 741345 + 976055 = 108836 + 931502 + 864891 \\ 1905229 = 1905229$$

$$2020 \text{ р.: } 108836 + 934811 + 931502 = 246175 + 1020608 + 4708366 \\ 1975149 = 1975149$$

Звідси

$$OP = ГП_{п} + OB + ЗВ_{п} - ЗВ_{к} + ГП_{к} \quad (3.5)$$

Тобто:

$$2019 \text{ р.} = 187829 + 741345 + 108836 - 976055 + 931502 = 1082563 \text{ тис.грн.}$$

$$2020 \text{ р.} = 108836 + 934811 + 246175 - 931502 + 1020608 = 1200716 \text{ тис.грн.}$$

Саме визначення факторів впливу на обсяги реалізації готової продукції визначається шляхом зіставлення фактичних факторних показників з базовими та розрахунком абсолютних й відносних приростів кожного з них.

З метою детального аналізу впливу даних факторів використовується саме баланс продукції (таблиця 3.3).

Відповідно до розрахованих показників, що зазначені в табл.3.5 доцільно зазначити, що запланований обсяг реалізації готової продукції не виконано. При негативному впливі на показники обсягів реалізації продукції спостерігаються дані зміни, а саме: зменшення залишків готової продукції на складах підприємства на початок періоду на 78993 тис. грн. і збільшення їх на кінець періоду на 137339 тис. грн., а також збільшення залишків відвантажених товарів на кінець періоду на 89106 грн., оплата за які ще не надійшла на поточний рахунок підприємства.

Зауважимо, що саме збільшення на складах залежів готової продукції

може привести до тривалого заморожування оборотного капіталу, відсутності грошових коштів, потреби у кредитах та оплати процентів по ним, росту кредиторської заборгованості постачальникам, бюджету, робітникам підприємства по оплаті праці тощо. В нинішній час це одна із основних причин спаду виробництва, зниження його ефективності, низької платоспроможності підприємства та їх банкрутства.

Таблиця 3.3 – Аналіз факторів зміни обсягу реалізації продукції

| № з/п | Показник | Вартість продукції у базових цінах, тис.грн. | | Відхилення | |
|-------|---|--|---------|---------------------|-------------|
| | | 2019 р. | 2020 р. | абсолютне, тис.грн. | відносне, % |
| 1 | Залишок готової продукції на початок року | 187829 | 108 836 | -78 993 | -42,06 |
| 2 | Випуск продукції | 741345 | 934811 | +193466 | 26,1 |
| 3 | Залишок готової продукції на кінець року | 108836 | 246175 | +137339 | +126,19 |
| 4 | Відвантаження продукції за рік | 820338 | 797472 | -22866 | -2,79 |
| 5 | Залишок товарів, відвантажених покупцям: | | | | |
| 5.1 | на початок року | 976055 | 931502 | -44553 | -4,56 |
| 5.2 | на кінець року | 931502 | 1020608 | 89106 | +9,57 |
| 6 | Реалізація продукції | 864891 | 708366 | -156525 | -18,1 |

Рівень оплати відвантаженої продукції характеризує стан розрахунків з покупцями.

$$K_{\text{опл}} = \frac{\text{Продукція, яка оплачена покупцями за період}}{\text{Продукція, яка відвантажена покупцями за період}}, \quad (3.6)$$

Якщо $K_{\text{опл}} < 1$, то це свідчить про зростання дебіторської заборгованості.

Рівень оплати відвантаженої продукції у 2019 р. складав:

$$K_{\text{опл}} = \frac{847667}{931502} = 0,91$$

Рівень оплати відвантаженої продукції у 2017 р. складав:

$$K_{\text{опл}} = \frac{898135}{1020608} = 0,88$$

Після розрахунків можна зробити висновок, що рівень оплати відвантаженої продукції у 2019 р., тобто 0,91 не вважається критичним, але все-таки спостерігається тенденція до зниження рівня оплати, тобто 0,88 у 2020 р., що дає привід провести аналіз.

Дуже важливо саме детально визначити чинники, що визначають обсяг виробництва продукції (рисунок 3.5).

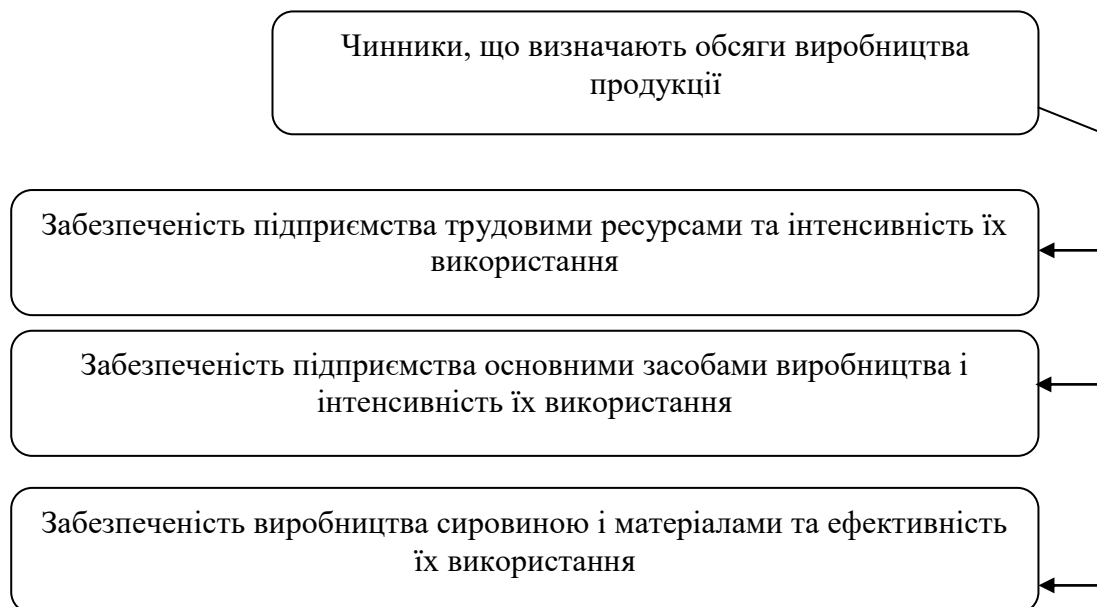


Рисунок 3.5 – Чинники, що визначають обсяги виробництва продукції

Розглянемо кожен із чинників детальніше.

Забезпеченість підприємства трудовими ресурсами та інтенсивність їх використання.

Результати господарської діяльності залежать передусім від ефективності використання живої праці – найбільш активного і, власне, вирішального фактора виробництва. Забезпеченість підприємства необхідними трудовими ресурсами, їх раціональне використання, високий рівень продуктивності праці сприяють збільшенню обсягів виробництва

продукції, ефективному використанню обладнання, машин, механізмів, зниженню собівартості та зростанню прибутку.

При проведенні економічного аналізу важливо контролювати правильне та ефективне використання трудових ресурсів, що приймають участь в виробничій діяльності.

Оцінка трудової забезпеченості на підприємстві оцінюється шляхом зіставлення фактичної чисельності працівників (в розрізі професійних категорій) до прогнозованих показників та з врахуванням фактичних показників минулого періоду, що впливає на можливість своєчасного виявлення нестачі трудових ресурсів, або їх неефективне використання.

Проведення аналізу забезпечення трудових ресурсів та їх ефективне використання тісно пов'язано з аналізами обсягів виробництва готової продукції, використання ресурсів, продуктивності праці.

Показники використання трудових ресурсів включають основні дані саме про кількість персоналу в розрізі категорій, професій, кваліфікацій, освітній рівень, також включають дані про витрати робочого часу (людино-дні, людино-години), обсяги виготовленої готової продукції (робіт) й дані про рухи особового складу підприємства. Джерелами інформації про рух особового складу є саме первинні документа, а саме: накази про прийоми на роботу, внутрішнє переміщення, звільнення, розпорядження про надання відпусток.

Чисельність особового складу розраховується за планово-нормативними розрахунками, а вже дані фактичної чисельності отримуються з кадрових даних облікового складу.

За характером прийняття участі в процесі виробництва працівники підприємства поділяються на:

– працівники основної діяльності, що приймають безпосередньо участь у виробничому процесі виробництва готової продукції: робочі, інженерно-технічний персонал, обслуговуючий персонал, охорона і т.п.;

– невиробничий персонал, які приймають участь в іншій господарській діяльності підприємства та обслуговуючий персонал інших відділів.

До джерел інформації з метою отримання даних для проведення аналізу трудових ресурсів відноситься регламентована звітність (2-ПВ «Звіт із праці», 1-п «Звіт підприємства з продукції», 6-ПВ «Чисельність окремих категорій працівників підприємства і підготовка кадрів»), планово-нормативні акти, оперативні дані з внутрішніх звітів підрозділів, облікова інформація.

Основні дані, що потребуються при проведенні аналізу трудових ресурсів підприємства відображено за допомогою таблиці 3.4.

Таблиця 3.4 – Оцінка забезпеченості підприємства трудовими ресурсами

| Категорії персоналу і обсяг продукції | 2019 р. | 2020 р. | | Відхилення абсолютне | | Фактично, % | |
|---|---------|---------|--------|----------------------|-------------|-------------|------------|
| | | план | факт | від плану у | від 2019 р. | до плану | до 2016 р. |
| Усього персоналу, осіб у т. ч.: | 3523 | 3600 | 3615 | +15 | +92 | 100,42 | 102,61 |
| 1. Працівники основної діяльності із них: | 3486 | 3559 | 3573 | +14 | +87 | 100,39 | 102,51 |
| 1.1. робітники | 2797 | 2848 | 2887 | +39 | +90 | 101,36 | 103,23 |
| 1.2. службовці у т. ч.: | 689 | 711 | 686 | -25 | -3 | 96,52 | 99,55 |
| 1.2.1. керівники | 37 | 38 | 37 | -1 | 0 | 96,96 | 99,08 |
| 1.2.2. спеціалісти | 652 | 673 | 649 | -24 | -3 | 96,5 | 99,58 |
| 2. Непромисловий персонал | 37 | 41 | 42 | +1 | 5 | 102,52 | 112,47 |
| Обсяг товарної продукції, тис. грн. | 741345 | 93000 | 934811 | 4811 | 193466 | 100,52 | 126,10 |

З таблиці 3.6 бачимо, що на підприємстві у звітному періоді відбулося збільшення персоналу як у цілому, так і за окремими категоріями працівників, окрім спеціалістів, де спостерігається незначне скорочення персоналу на 24 особи від плану, а порівняно з попереднім роком лише на 3 особи. Так, фактична чисельність усього персоналу проти планової зросла на

15 осіб, у тому числі працівники основної діяльності – на 14 осіб, робітників – на 39 осіб. Проти минулого періоду загальна чисельність збільшилась на 92 особи, чисельність працівники основної діяльності – на 87 осіб, а робітників – на 92 осіб.

Забезпеченість підприємства трудовими ресурсами визначається за допомогою формул:

$$OB = \text{ЧР} \times \text{РВ}, \quad (3.7)$$

$$OP = \text{Ч}_{OP} \times \text{ЧР} \times \text{РВ}, \quad (3.8)$$

де ЧР – середньооблікова чисельність працівників підприємства;

РВ – середньорічний виробіток продукції одним працівником;

Ч_{OP} – частка реалізованої продукції в обсязі випущеної продукції звітного періоду.

Розрахунок забезпеченості підприємства трудовими ресурсами за допомогою формул 3.7, 3.8:

$$2019 \text{ р.: } OB = 2797 \times 265,05 = 741345 \text{ тис. грн.};$$

$$2019 \text{ р.: } OB = 2887 \times 323,8 = 934811 \text{ тис. грн.};$$

$$2020 \text{ р.: } OP = 1,11 \times 2797 \times 265,05 = 820338 \text{ тис. грн.};$$

$$2020 \text{ р.: } OP = 0,85 \times 2887 \times 323,8 = 797472 \text{ тис. грн..}$$

Забезпеченість підприємства основними засобами виробництва і інтенсивність їх використання.

Загальними показниками ефективності використання основних засобів є фондівдача – виробництво продукції на 1 гривню основних фондів.

Фондомісткість – показує скільки в середньому (за вартістю) використовується на підприємстві основних виробничих фондів для випуску продукції вартістю в 1 гривню. З метою додаткового отримання інформації

про окремі частини основних фондів, величини середньорічної вартості основних виробничих фондів у формулі відповідно змінюють (наприклад, на вартість активної частини основних фондів).

Зауважимо, що вибір чисельника у формулі показника фондівіддачі взаємозалежить від встановлених цілей, адже результати виробничої діяльності можна розрахувати та отримати за допомогою різних показників.

Показник фондівіддачі прийнято визначати у вартісних або в натуральних вимірниках.

Як, показує досвід в натуральних вимірниках показник фондівіддачі має обмежене використання, а саме використовуються при розрахунках на структурних підрозділах, що виготовляють один вид готової продукції, а вже трудові вимірники прийнято використовувати в структурних підрозділах (цехах, дільницях) де саме виробляють декілька видів готової продукції.

Фондовіддача основних фондів прямо пропорційно залежить від продуктивності праці і обернено пропорційно – від її фондоозброєності.

З ціллю підвищення показника фондівіддачі існує потреба в зростанні темпів продуктивності праці, що будуть випереджувати темпи зростання фондоозброєності.

При проведенні аналізу враховується динаміка показників виконання плану. Результати показника фондівіддачі розраховуються та аналізуються в розрізі всіх основних фондів, що приймають участь в процесі виробництва, а саме активної їх частини. .

Вихідні дані для розрахунку фондівіддачі приводять до порівнянного вигляду. Обсяг продукції коригують на зміну оптових цін і структурних зрушень, а вартість основних засобів – на їх переоцінку.

У випадку, коли план підприємства включає дані про кількісні й якісні характеристики використання основних виробничих фондів, то в даному випадку рекомендується проводити факторний аналіз, щодо дотримання планових параметрів й їх впливу на результат, а саме фондівіддачу основних

фінансових фондів.

Зауважимо, що саме показник фондівіддачі є головним фактором, що дозволяє визначити обсяги виробництва продукції, відповідно виникає необхідність досліджувати фактори, що впливають на неї. Адже саме на показник фондівіддачі впливає велика кількість факторів, більша кількість яких пов'язана між собою. Вплив факторів на показник фондівіддачі пропонуємо відобразити за допомогою схеми (рисунк 3.6).



Рисунок 3.6 – Логістичні етапи факторів, що впливають на фондівіддачу

Зауважимо, що на показник фондівіддачі основних виробничих фондів має вплив фактор зміни частки активної частини фондів у загальній їх сумі і

зміна фондівдачі активної частини фондів.

Забезпеченість підприємства основними засобами виробництва і інтенсивність їх використання визначається за допомогою формул 3.9, 3.10:

$$OB = C_{сер} \times \Phi B, \quad (3.9)$$

$$OP = Ч_{OP} \times C_{сер} \times \Phi B, \quad (3.10)$$

де $C_{сер}$ – середньорічна сума основних засобів виробництва підприємства;

ΦO – фондівдача основних засобів.

Розрахунок забезпеченість підприємства основними засобами виробництва і інтенсивність їх використання за допомогою формул 3.9, 3.10:

$$2019 \text{ р.: } OB = 328818 \times 2,25 = 741345 \text{ тис.грн.};$$

$$2020 \text{ р.: } OB = 331700 \times 2,82 = 934811 \text{ тис.грн.};$$

$$2019 \text{ р.: } OP = 1,11 \times 328818 \times 2,25 = 820338 \text{ тис.грн.};$$

$$2020 \text{ р.: } OP = 0,85 \times 331700 \times 2,82 = 797472 \text{ тис.грн.}$$

Забезпеченість виробництва сировиною і матеріалами та ефективність їх використання. Матеріаломісткість продукції є вартісним показником, який відображає рівень матеріальних витрат (без амортизації) на кожну гривню товарної продукції та розраховується як відношення суми матеріальних витрат до вартості товарної продукції.

Матеріалівіддача продукції (зворотний показник до показника матеріаломісткості) характеризує вихід продукції з кожної гривні витрачених матеріальних ресурсів та розраховується як відношення вартості товарної продукції до суми матеріальних витрат. В процесі проведення аналізу необхідно особливу увагу звернути саме на питому вагу матеріальних витрат у складі собівартості готової продукції, що саме визначає рівень

використання матеріальних ресурсів за структурою випуску готової продукції й визначається додатком суми матеріальних витрат до відношення повної суми собівартості готової продукції. Але відхилення фактичних показників від планових в процесі виробництва також можуть бути.

Зазначимо, що показник коефіцієнта споживання характеризує ступінь ефективності фактичного використання матеріальних ресурсів й відображає або економію витрат або перевитрати, тобто понад встановлених нормативів. При визначенні даного коефіцієнта виникає необхідність перерахунку планової суми матеріальних витрат до відношення фактичного обсягу випуску продукції. Коефіцієнт споживання розраховується відношення фактичних матеріальних витрат до планових, що вже перераховані на фактичний обсяг випуску готової продукції. Зазначимо, що оптимальне значення повинно бути не більше 1. При проведенні аналізу ефективного використання доцільно визначати часткові показники матеріаломісткості, що відображають рівень використання різних видів матеріальних ресурсів. Дані визначення показників визначаються на підприємстві окремими службами виробничого менеджменту або аналітичним відділом з метою визначення швидкості зміни обороту запасів за окремі проміжки часу, зміни оборотності та зміни термінів зберігання з ціллю визначення факторів негативного впливу, та своєчасного розроблення заходів, щодо використання резервів.

Якщо в процесі аналізу виявилось, що терміни обороту виробничих запасів зросли, тобто з'явилася тенденція зменшення обсягів виробництва, то необхідно приймати рішення про скорочення надходжень матеріальних ресурсів. Співвідношення між обсягом виробництва та реалізації продукції і величиною матеріальних запасів на кожному підприємстві є різним. Це залежить від характеру комерційної діяльності і цілей підприємства.

Всі розраховані показники на підприємстві згруповуються в окрему таблицю 3.5.

Таблиця 3.5 – Аналіз рівня ефективності використання матеріальних ресурсів

| Показник | 2019 р. | 2020 р. | | Відхилення | |
|--|---------|---------|--------|-------------|-----------|
| | | план | факт | від 2019 р. | від плану |
| | | | | | |
| 2. Матеріальні витрати за період, тис. грн. | 570439 | 600000 | 708673 | 138234 | 108673 |
| 3. Матеріаломісткість товарної продукції, коп. | 76,95 | 64,52 | 75,81 | -28,55 | 22,6 |
| 4. Матеріаловіддача, грн. | 1,3 | 1,55 | 1,32 | 1,4 | -0,04 |

Після проведення аналізу у випадку виявлення відхилень, проводиться детальне визначення причин відхилень. Особливо важливим є саме відхилення від планових витрат, яке в першу чергу необхідне в управлінському обліку з метою ефективного прийняття управлінських рішень.

Забезпеченість виробництва сировиною і матеріалами та ефективність їх використання визначається за допомогою формул 3.11, 3.12:

$$OB = MЗ \times M_B, \quad (3.11)$$

$$OP = Ч_{OP} \times MЗ \times M_B, \quad (3.12)$$

де $MЗ$ – сума спожитих матеріальних ресурсів на виробництво продукції;

M_B – матеріаловіддача (виробництво продукції на гривню матеріальних витрат).

Розрахунок забезпеченості підприємства основними засобами виробництва і інтенсивність їх використання за допомогою формул (3.11), (3.12):

$$2019 \text{ р.: } OB = 570439 \times 1,3 = 741345 \text{ тис.грн.};$$

$$2020 \text{ р.: } OB = 708673 \times 1,32 = 934811 \text{ тис.грн.};$$

2019 р.: $OP = 1,11 \times 570439 \times 1,3 = 820338$ тис.грн.;

2020 р.: $OP = 0,85 \times 708673 \times 1,32 = 797472$ тис.грн..

З метою підвищення обсягів виробництва та їх збут на ПрАТ «УКРГРАФІТ» рекомендується скорочення виробничих витрат, або їх більш ефективно використання та скорочення витрат на їх збут. Ступінь сформованої собівартості готової продукції визначає саме ефективність виробничої діяльності підприємства, використання матеріальних, фінансових і трудових ресурсів.

Шляхи й резерви зменшення собівартості готової продукції рекомендується визначати окремо по кожному виду продукції. Резерви зменшення собівартості можуть бути визначені за рахунок недозволеності перевитрат по окремим статтям витрат (перевитрати, що виникли від ведення господарської діяльності й за умов недотримання правил економіки підприємства), зниження собівартості, які оказані основному виробництву послуг, допоміжних і обслуговуючих виробництв, недозволеність перевитрат по окремим статтям загальновиробничих і загальногосподарських витрат та приведення в дію резервів збільшення виробництва валової продукції.

ВИСНОВКИ

Діяльність підприємств в умовах ринку вимагає прийняття управлінських рішень, виходячи з аналізу ринкової ситуації, тенденцій її зміни, з урахуванням зворотнього зв'язку. Збутова діяльність за ринкових умов має провідне значення у визначенні вимог до випуску продукції, яка також потребує визначення потреб споживачів в готовій продукції, визначення ринкового попиту, що необхідне для прогнозування обсягів випуску готової продукції, вибор асортиментності виробу. В процесі прогнозування випуску продукції особливо враховується планова вартість й терміни виготовлення виробу. На підприємстві виникає необхідність в постійному моніторингові умов роботи с партнерами (як з постачальниками так і покупцями) та попиту ринку, з врахування побажань споживачів, їх потреб з метою передбачення трендових змін у майбутньому.

Всю отриману інформацію при проведенні діагностики, моніторингу, аналізу необхідно оформлювати в спеціально затверджений документ, звіт, який буде включати всі дельно сформовані вимогу випуску готової продукції (короткий опис виробу). Адже саме отримана інформація з проведеного моніторингу, діагностики, аналізу є основою для формування виробничих проектів для виробництва нових виробів.

Формування виробничої програми в ринкових умовах має певні особливості, які полягають у тому, що плани виробництва і реалізації продукції орієнтуються на ринкові потреби конкретних споживачів, на своєчасне та якісне виконання договірних зобов'язань та повинні бути багатоваріантними і забезпечувати вибір оптимального плану, реалізація якого дасть можливість одержати високий прибуток.

Готовою вважається продукція повністю закінчена обробкою, укомплектована, яка пройшла необхідні випробування (перевірки),

відповідає діючим стандартам або затвердженим технічним умовам (має сертифікат чи інший документ, що засвідчує якість), прийнята відділом технічного контролю підприємства та здана на склад або ж прийнята замовником (якщо готова продукція здається на місце) відповідно до затвердженого порядку її прийняття (оформлена встановленими нормами здаваними документами). При проведенні оцінки рівня якості продукції розрізняють класифікації призначення й область застосування певного виду продукції. За зазначеннями цих показників підбирають групу аналогів оцінюваної продукції. Система якості має забезпечити створення продукту, котрий відповідає сучасним виробничо-технічним досягненням та вимогам споживачів. На удосконалювання систем якості та реорганізації, управління виробництвом спрямовані різні міри, що в сукупності можуть розглядатися як деякі системи, відповідаючи специфічними особливостями як у змісті цілей, що стоять перед ними, так і засобів досягнення цих цілей.

Саме на підприємстві обираються методи оцінки готової продукції, можуть навіть використовуватись декілька одночасно методів, але є й обмеження використання методів, а саме: в бухгалтерському обліку для запасів з однаковим призначенням й умовами використання, повинен використовуватись один з запропонованих методів. В бухгалтерському обліку можливе використання різних методів для різних запасів за умови різного їх використання. Вибір підприємством оптимального методу оцінки запасів сприяє збільшенню оборотних коштів, залученню інвестицій, що в підсумку дає можливість отримати більші прибутки та в цілому покращити фінансовий стан підприємства.

Для забезпечення системного підходу до управління процесами випуску і реалізації готової продукції пропонується методичний підхід до формування та структуризації системи інформаційного забезпечення, що включає облікові дані (підсистеми бухгалтерського (фінансового), бухгалтерського (управлінського) та податкового обліку) і позаоблікові дані

(внутрішні локальні документи організації, бізнес-план (програма розвитку) організації, нормативно-довідкові дані, акти перевірок і ревізій). Останні з них дозволять розширити межі збору, реєстрації та узагальнення всіх видів облікової інформації, необхідної для підготовки управлінських рішень щодо аспектів формування та використання доходів від реалізації.

Для узагальнення інформації про повернення продукції, реалізованої покупцям, і її подальшого списання на відповідні рахунки пропонуємо ввести до Плану рахунків бухгалтерського обліку окремих рахунок «Повернення продукції». Запропонований рахунок не має сальдо на кінець звітного періоду. Суми повернень продукції покупцями відображаються за дебетом названого рахунку протягом місяця, а потім відбивається зменшення величини виручки, що обліковується на відповідних рахунках, і собівартості реалізованої продукції. Безпосереднє акумулювання інформації про повернення продукції покупцями здійснюється на окремих субрахунках, що відкриваються до рахунку «Повернення продукції». Порядок відкриття субрахунків до рахунку «Повернення продукції» обумовлений специфікою господарських операцій, пов'язаних з поверненням продукції. Організація-постачальник, приймаючи назад продукцію, повинна відобразити в бухгалтерському обліку оцінку продукції за відпускними цінами і фактичної собівартості. Вважаємо за доцільне відкриття до рахунку «Повернення продукції» таких субрахунків: «Повернення продукції в сумі виручки» 26/4, «Повернення продукції за фактичною собівартістю» 26/5, «Списання повернення» 26/6. З метою покращення обліку готової продукції й її збуту виникає потреба в розділенні витрат на збут, які накопичують витрати що виникають в процесі доведення продукції до покупця, пакувальний матеріал, тару, витрати на утримання складських приміщень, маркетингові витрати, діагностику ринків збуту і т.п. Так, для спрощення обліку готової продукції на підприємствах промисловості наголошуємо на доцільності його ведення за видами готової продукції. На нашу думку, для цього слід використовувати

субрахунки 26/1 «Основна продукція» та 26/2 «Супутня продукція», а також 26/3 «Побічна продукція».

Джерела інформації, що використовуються при проведенні аналізу виробництва та реалізації продукції – це первинні документи, дані рахунків бухгалтерського обліку, облікові регістри, фінансова звітність, статистична звітність та інші джерела. Перераховані джерела інформації використовуються для проведення ретроспективного аналізу. Оперативний аналіз проводиться за даними первинних документів і регістрів аналітичного обліку до рахунків 20 «Виробничі запаси», 23 «Виробництво», 26 «Готова продукція», 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками», 90 «Собівартість реалізації», 93 «Витрати на збут» та інші). Прогнозний аналіз виробництва та реалізації продукції застосовується при оцінці відповідних альтернативних управлінських рішень.

На ПрАТ «УКРГРАФІТ» відомі причини недовиконання плану випуску продукції по декадах. За першу декаду план випуску недовиконаний на 268 тис. грн. або на 1,07%, тобто на 168 тис. грн. або на 0,67%, через несвоєчасної поставки сировини і на 100 тис. грн. або 0,4%, через несправність обладнання. Звідси частка першого фактора у зміні загального показника аритмічності становить 2,91%, а другого – 4,87%.

З підрахунків аналізу упущених можливостей підприємства з випуску продукції у зв'язку з неритмічної роботою стало відомо, що вони становлять 4905 тис. грн..

За даними ПрАТ «УКРГРАФІТ» стало зрозуміло, що прогнозний обсяг реалізації продукції не досягнуто. Негативний вплив на обсяг продажу мали такі зміни: зменшення залишків готової продукції на складах підприємства на початок періоду на 78993 тис. грн. і збільшення їх на кінець періоду на 137339 тис. грн., а також збільшення залишків відвантажених товарів на кінець періоду на 89106 грн., оплата за які ще не надійшла на поточний рахунок підприємства. Збільшення залишків готової продукції на складах

підприємства призводить до тривалого заморожування оборотного капіталу, відсутності грошових коштів, потреби у кредитах та оплати процентів по ним, росту кредиторської заборгованості постачальникам, бюджету, робітникам підприємства по оплаті праці тощо. В нинішній час це одна із основних причин спаду виробництва, зниження його ефективності, низької платоспроможності підприємства та їх банкрутства.

За даними ПрАТ «УКРГРАФІТ» бачимо, що на підприємстві у звітному періоді відбулося збільшення персоналу як у цілому, так і за окремими категоріями працівників, окрім спеціалістів, де спостерігається незначне скорочення персоналу на 24 особи від плану, а порівняно з попереднім роком лише на 3 особи. Так, фактична чисельність усього персоналу проти планової зросла на 15 осіб, у тому числі працівники основної діяльності – на 14 осіб, робітників – на 39 осіб. Проти минулого періоду загальна чисельність збільшилась на 92 особи, чисельність працівники основної діяльності – на 87 осіб, а робітників – на 92 осіб.

Для того, щоб підвищити виробництво і реалізацію промислової продукції ПрАТ «УКРГРАФІТ» необхідно скоротити витрати на виробництво і реалізацію. Резерви зниження собівартості промислової продукції слід визначати по кожному виду продукції. Вони можуть бути виявлені за рахунок таких використань, як недозволенність перевитрат по окремим статтям витрат, зниження собівартості, які оказані основному виробництву послуг, допоміжних і обслуговуючих виробництв, недозволенність перевитрат по окремим статтям загальновиробничих і загальногосподарських витрат та приведення в дію резервів збільшення виробництва валової продукції. До резервів за рахунок недозволенності перевитрат по окремим статтям витрат слід відносити перевитрати, які отримані по причинам, які залежать від самого господарства і дозволених унаслідок недотримання режиму економіки, недостатнього контролю і без господарювання.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Афанас'єва І. І. Облік та контроль виробничих запасів (на матеріалах підприємств хлібопекарного виробництва): автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.06.04. Харків, 2013. 19 с.
2. Білуха, М. Т. Теорія бухгалтерського обліку : підручник Київ : КДТЕУ, 2004. 692 с.
3. Бородкін О. М. Про формування і облік собівартості продукції за ринкових умов. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2019. № 3. С. 12-18.
4. Боярко Н. А. Облікова політика підприємства. *Бухгалтерія в сільському господарстві*. 2015. № 18. С.19-21.
5. Бутинець Ф. Ф. Бухгалтерський фінансовий облік : підручник 8-ме вид., перероб. і доп. Житомир : Рута, 2009. 912 с.
6. Вальчук О. О. Проблеми обліку реалізації готової продукції на торговельних підприємствах та шляхи їх вирішення. *Міжнародний науковий журнал «Науковий огляд»*. 2014. № 2. С. 204-211.
7. Велш Г. А. Основи фінансового обліку. Київ : Основи, 1997. 943с.
8. Вороніна В. Л., Черниш В.В. Особливості документального відображення руху готової продукції. *Кримський економічний вісник*. 2013. Частина І. С. 277.
9. Гайдучький П. І. Трансформація аграрного сектору економіки до ринкових умов господарювання. *Економіка АПК*. 2017. № 11. С. 5-13.
10. Гарасим П. М. Адміністрування розрахунків з дебіторами: контрольно-аналітичний. *Науковий вісник Буковинського державного фінансово-економічного університету*. 2019. № 26. С. 329-338.
11. Герасимович А. М. Економічна сутність господарських операцій як основа облікового розмежування монетарних і немонетарних активів. *Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту*. 2019.

№ 3. С. 86-91.

12. Глібко В. М., Бушан В. М. Судова бухгалтерія : підручник Київ : Юрінком Інтер, 2017. 224 с.

13. Голов С. Ф. Чи перешкоджає П(С)БО 16 «Витрати» економічній роботі на підприємстві?. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2017. № 5. С. 3-10.

14. Гончаренко Н.В. Проблеми розвитку торгівлі готовою продукцією на ринках. *Економіка України*. 2019. № 7. С. 24.

15. Грищенко О. В. Щодо вдосконалення первинного обліку реалізації готової продукції підприємств. *Міжнародний збірник наукових праць*. 2013. Випуск 3(15). С. 23-29.

16. Дем'яненко М. Я. Системний підхід до формування облікової інформації для потреб. *Облік і фінанси*. 2018. № 2. С. 8-15.

17. ДСТУ ISO 9000-2007. Системи управління якістю. Основні положення та словник. [На заміну ДСТУ ISO 9000-2001; чинний від 2008-09-03]. Вид. офіц. Київ : Держспоживстандарт України, 2008. 35 с.

18. Євчук Л. А. Реалізація і переробка сільськогосподарської продукції. *Економіка АПК*. 2016. № 2. с.10-11

19. Єфіменко В. І. Напрямки гармонізації бухгалтерського обліку та звітності в Україні. *Фінанси, облік і аудит*. 2017. № 18. С. 278-284.

20. Івахненков С. В. Організація бухгалтерського обліку в умовах застосування комп'ютерної техніки (на прикладі підприємств Житомирської області) : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.04 Київ, 2009. 19 с.

21. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій : затв. наказом Мінфін. України від 30.11.1999 р. № 291. Дата оновлення: 05.01.2018. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99> (дата звернення 15.11.2021).

22. Качмарик Я. Д., Хуткий Р. И. Фактори забезпечення фінансової стійкості підприємства. *Фінанси України*. 2018. № 16. С. 73-76.

23. Кисіль Н. М., Колінько Н. І. Методологічні аспекти обліку готової продукції на підприємствах. *Збірник науково технічних праць Українського державного лісотехнічного університету*. 2018. № 4. С. 145-150.
24. Кірейцев Г. Г. Фінанси підприємств : підручник Київ : ЦНЛ, 2002. 268 с.
25. Козлов М. П. Основні тенденції формування ринку сільськогосподарської продукції. *Економіка сільськогосподарських і переробних підприємств*. 2014. № 8. С. 9-11.
26. Крисанов Д. М. Приоритети аграрної сфери і їхньої реалізації. *Економіка України*. 2018. № 11. С. 3-5.
27. Кропивко М. Ф. Напрями реформування системи управління аграрним сектором в умовах децентралізації влади та розвитку євроінтеграційних процесів. *Економіка АПК*. 2017. № 6. С. 26-36.
28. Кужельний М. В., Лінник В. Г. Теорія бухгалтерського обліку : підруч. Київ : КНЕУ, 2007. 334 с.
29. Кузьмінський Ю. А. Наукові дослідження в сфері бухгалтерського обліку, аналізу та аудиту: стан, проблеми і орієнтири. *Фінанси, облік і аудит*. 2016. №. 20. С. 315-321.
30. Лисицький А.С., Колобова Л.В. Цінова політика і фінанси сільського господарства. *Фінанси України*. 2019. № 11. С. 9-12.
31. Литвин Ю. Я. Прогресивні методи обліку витрати на виробництво (вітчизняні і зарубіжні). Тернопіль: Збруч, 1995. 219 с.
32. Медведєва О. В. Деякі аспекти бізнеспланування. *Економіка України*. 2012. № 4. С. 11-15.
33. Мосаковський В. Б. Парадокси бухгалтерського обліку в Україні. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2016. № 9. С.30-35.
34. Нападовська Л. В. Базові принципи управлінського обліку. *Актуальні проблеми економіки*. 2018. № 1. С. 173-181.

35. Нестеренко Ж. К., Циганова І. О. Особливості готової продукції та вдосконалення обліку її реалізації на ВАТ «Новомиколаївський молокозавод». *Сталий розвиток економіки: Всеукраїнський науково-виробничий журнал*. 2017. № 2. С. 180-184.

36. Німчинов П. П. Загальна теорія бухгалтерського обліку. Київ: Вища школа, 1977. 240 с.

37. Олійчук М. Ф. Бухгалтерський облік на підприємствах. Київ : 2005. С. 55-96.

38. Пархоменко В. М. Принципи і підходи регулювання бухгалтерського обліку. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2007. № 11.

39. Петришина Н. С., Перун Р.В. Проблеми обліку готової продукції та її реалізації. ПВНЗ «Хмельницький економічний університет». *Наука й економіка*. 2019. № 1. С. 49-52.

40. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: затв. наказом Мінфін. України від 30.11.1999 № 291. Дата оновлення: 09.12.2011. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1557-11> (дата звернення 15.11.2020).

41. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» : затв. наказом Мінфін. України від 31.12.1999р., № 318. Дата оновлення: 09.08.2013. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0027-0099> (дата звернення 15.11.2021).

42. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси» : затв. наказом Мінфін. України від 20.10.1999 р. № 246. Дата оновлення: 01.01.2015. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99> (дата звернення 15.11.2021).

43. Правдюк Н. Л. Обліково-аналітичне забезпечення управління прибутком підприємства. *Облік і фінанси*. 2015. № 4. С. 53-60.

44. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо складання рахунку капіталу за інституційними секторами економіки : затв. наказом

Держкомстат України від 27.07.2007 р. № 271. Дата оновлення: 27.07.2007.
URL: <http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0498202-0899> (дата звернення 15.11.2018).

45. Пушкар М С. Філософія обліку : монографія. Тернопіль : Карт-бланш, 2008. 157 с.
46. Саблук П. Т. Проблеми та перспективи розвитку бухгалтерського обліку в Україні. *Облік і фінанси*. 2016. № 7(3). С. 86-92.
47. Саввон О. О. Удосконалення обліку готової продукції та її реалізації. *Держава та регіони*. 2015. № 3. С. 321-324.
48. Савчук В. К. Аналітичний моніторинг ринку. *Моніторинг біржового ринку*. 2018. № 3. С. 10-15
49. Сопко В. В. Бухгалтерський облік в управлінні підприємством навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2006. 526 с.
50. Сук П. Л. Облік виробництва і реалізації сільськогосподарської продукції в умовах ринку: методологія і практика : монографія. Київ : НАУ, 2010. 330 с.
51. Ткаль Я. С. Витрати на виробництво як економічна категорія та їх регулювання при веденні бухгалтерського обліку. *Вісник Полтавської державної аграрної академії*. №1(8). Т. 1. Полтава; ПДАА. 2018 С. 316-322.
52. Ткаченко Н. М. Бухгалтерський фінансовий облік, оподаткування і звітність : підручник 5-те вид. перероб. і доп. Київ. : Алерта, 2011. 976 с.
53. Халевицька Т. Г. Облік процесу реалізації продукції: теорія та практика. *Аграрний вісник Причорномор'я*. 2009. № 49. С. 57-65.
54. Хом'як Р. Л. Бухгалтерський облік в Україні: навч. посіб. Львів : Бухгалтерський центр «Ажур», 2010. 820 с.
55. Хомин П. Я. Витки й виверти історії бухгалтерського обліку. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2018. № 1(2). С. 48-52.
56. Цал-Цалко Ю. С. Фінансовий аналіз : підручник Київ : Центр учбової літератури, 2008. 566 с.

57. Чумаченко М. Г. Сучасний підхід до розвитку фінансової звітності відповідно до основних напрямів інституціональних теорій. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2011. № 8. С. 12-19.

58. Шваб Л. І. Економіка підприємства : навч. посіб. 4-те вид., перероб. та доп. Київ : Каравела, 2007. 584 с.

59. Яременко Л. М. Загальні підходи до формування собівартості готової продукції. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2017 № 41(2). С. 30 - 37.

60. Daniel Aobdia, Lin Chengb. Unionization, product market competition, and strategic disclosure. *Journal of Accounting and Economics*. 2018. Vol. 65, No 2–3, P. 331-357.

61. Darren Bernard. Is the risk of product market predation a cost of disclosure?. *Journal of Accounting and Economics*. Vol. 62, No 2-3, P. 305-325.

62. Helmkamp John G. Managerial accounting. 2 and ed. New York etc. : Wiley, 1990. 826 p.

63. Links between Business Accounting and National Accounting. Department of Economic and Social Affairs, Statistics Division. New York : UN, 2000. 267 p.

64. Marc Badia, Migue Duro. Conditionally conservative fair value measurements. *Journal of Accounting and Economics*. Vol. 63, No 1, P. 75-98.

ДОДАТОК А

Відображення в обліку операцій з руху готової продукції

| № оп. | Зміст господарських операцій | Кореспондуючі рахунки | |
|-------|--|---|--|
| | | Дебет | Кредит |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Оприбутковано на склад готову продукцію | 26 «Готова продукція» | 23 «Виробництво» |
| 2 | Відображено в складі готової продукції напівфабрикати власного виробництва, призначені для реалізації на сторону | 26 «Готова продукція» | 25 «Напівфабрикати» |
| 3 | Отримано готову продукцію в результаті здійснення спільної діяльності | 26 «Готова продукція» | 37 «Розрахунки з різними дебіторами» |
| 4 | Відображено за суму дооцінки готової продукції | 26 «Готова продукція» | 423 «Дооцінка активів» |
| 5 | Виявлено при інвентаризації лишки готової продукції | 26 «Готова продукція» | 719 «Інші доходи від операційної діяльності» |
| 6 | Переведено готову продукцію до складу виробничих запасів для власних потреб | 20 «Виробничі запаси» | 26 «Готова продукція» |
| 7 | Переведено готову продукцію до складу МШП для власних потреб | 22 «Малоцінні та швидкозношувані предмети» | 26 «Готова продукція» |
| 8 | Використано готову продукцію для внутрішніх потреб цехів | 23 «Виробництво» | 26 «Готова продукція» |
| 9 | Відображено вартість готової продукції, виданої зі складу підзвітній особі | 372 «Розрахунки з підзвітними особами» | 26 «Готова продукція» |
| 10 | Виявлено при інвентаризації недостачу готової продукції. Винну особу встановлено | 375 «Розрахунки за відшкодуванням завданих збитків» | 26 «Готова продукція» |
| 11 | Відображено вартість готової продукції, переданої у спільну діяльність | 377 «Розрахунки з іншими дебіторами» | 26 «Готова продукція» |
| 12 | Списано на фінансові результати первісну вартість готової продукції (у випадку, коли підприємство для узагальнення інформації про витрати застосовують тільки рахунки класу 8) | 791 «Результат операційної діяльності» | 26 «Готова продукція» |
| 13 | Використано готову продукцію для виробничо-господарських потреб | 808 «Витрати товарів» | 26 «Готова продукція» |

Продовження додатка А

| 1 | 2 | 3 | 4 |
|----|---|--|-----------------------|
| 14 | Відображено суму втрат від знецінення запасів, псування цінностей; списано готову продукцію, непридатну для продажу; проведено уцінку готової продукції, яка втратила первісні якості (якщо не використовує рахунки класу 9) | 84 «Інші операційні витрати» | 26 «Готова продукція» |
| 15 | Списано вартість готової продукції, втраченої внаслідок надзвичайної події (якщо не використовує рахунки класу 9) | 85 «Інші затрати» | 26 «Готова продукція» |
| 16 | Списано собівартість реалізованої готової продукції | 901 «Собівартість реалізованої продукції» | 26 «Готова продукція» |
| 17 | Використано готову продукцію для адміністративних потреб | 92 «Адміністративні витрати» | 26 «Готова продукція» |
| 18 | Використано готову продукцію для поза виробничих потреб | 93 «Витрати на збут» | 26 «Готова продукція» |
| 19 | Списано вартість готової продукції, використаної для досліджень що здійснює підприємство | 941 «Витрати на дослідження і розробки» | 26 «Готова продукція» |
| 20 | Списано витрати, пов'язані із знеціненням (уцінкою) готової продукції | 946 «Витрати від знецінення запасів» | 26 «Готова продукція» |
| 21 | Списано недостачу готової продукції, виявленої в процесі її збереження та реалізації, якщо на час встановлення недостачі винну особу не встановлено | 947 «Нестачі і витрати від псування цінностей» | 26 «Готова продукція» |
| 22 | Списано на інші витрати операційної діяльності вартість готової продукції, використаної для потреб житлово-комунальних і обслуговуючих господарств, дитячих дошкільних заходів та інших закладів оздоровчого та культурного призначення, тощо | 949 «Інші витрати операційної діяльності» | 26 «Готова продукція» |
| 23 | Списано первісну вартість готової продукції, втраченої внаслідок стихійного лиха (повеней, землетрусів, граду тощо); в результаті техногенних катастроф і аварій; від інших надзвичайних подій | 99 «Надзвичайні витрати» | 26 «Готова продукція» |

ДОДАТОК Б

Підприємство ПрАТ «УКРГРАФІТ»
 Територія ЗАПОРІЗЬКА
 Організаційно-правова форма господарювання акціонерне товариство
 Вид економічної діяльності Виробництво виробничого обладнання
 Середня кількість працівників¹ 3 615
 Адреса, телефон Південня шосе, буд. 18, Заводський р-н, м. ЗАПОРІЖЖЯ, ЗАПОРІЗЬКА обл., 69600
 Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма №2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)
 Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):
 за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку
 за міжнародними стандартами фінансової звітності

Дата (рік, місяць, число)

за ЄДРПОУ

за КОАТУУ

за КОПФГ

за КВЕД

0612898365

| Коди | | |
|------------|----|----|
| 2020 | 01 | 01 |
| 38983006 | | |
| 2310136600 | | |
| 240 | | |
| 24.45 | | |

| |
|---|
| V |
| - |

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31 грудня 2020 р.**

Форма №1

Код за ДКУД 1801001

| Актив | Код рядка | На початок звітнього періоду | На кінець звітнього періоду |
|---|-----------|------------------------------|-----------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| I. Необоротні активи | | | |
| Нематеріальні активи: | 1000 | 164 | 1 162 |
| первісна вартість | 1001 | 224 | 1 408 |
| накопичена амортизація | 1002 | 60 | 246 |
| Незавершені капітальні інвестиції | 1005 | 57 834 | 86 425 |
| Основні засоби: | 1010 | 328 818 | 331 700 |
| первісна вартість | 1011 | 361 522 | 397 727 |
| знос | 1012 | 32 704 | 66 027 |
| Інвестиційна нерухомість | 1015 | - | - |
| Первісні вартість інвестиційної нерухомості | 1016 | - | - |
| Знос інвестиційної нерухомості | 1017 | - | - |
| Довгострокові біологічні активи | 1020 | - | - |
| Первісні вартість довгострокових біологічних активів | 1021 | - | - |
| Накопичена амортизація довгострокових біологічних активів | 1022 | - | - |
| Довгострокові фінансові інвестиції: | | | |
| які обліковуються методом участі в капіталі інших підприємств | 1030 | - | - |
| інші фінансові інвестиції | 1035 | - | - |
| Довгострокова дебіторська заборгованість | 1040 | - | - |
| Відстрочені податкові активи | 1045 | - | - |
| Гудвіл | 1050 | - | - |
| Відстрочені аквізиційні витрати | 1060 | - | - |

Продовження додатка Б

| 1 | 2 | 3 | 4 |
|---|-------------|------------------|------------------|
| Відстрочені аквізиційні витрати | 1060 | - | - |
| Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах | 1065 | - | - |
| Інші необоротні активи | 1090 | - | - |
| Усього за розділом I | 1095 | 386 816 | 419 287 |
| II. Оборотні активи | | | |
| Запаси | 1100 | 363 318 | 510 678 |
| Виробничі запаси | 1101 | 193 333 | 183 099 |
| Незавершене виробництво | 1102 | 61 041 | 81 291 |
| Готова продукція | 1103 | 108 836 | 246 175 |
| Товари | 1104 | 108 | 113 |
| Поточні біологічні активи | 1110 | | |
| Депозити перестрахування | 1115 | | |
| Векселі одержані | 1120 | | |
| Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги | 1125 | 219 039 | 242 660 |
| Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами | 1130 | 22 470 | 46 397 |
| з бюджетом | 1135 | 60 674 | 134 994 |
| у тому числі з податку на прибуток | 1136 | - | 52 948 |
| Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів | 1140 | - | - |
| Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків | 1145 | | - |
| Інша поточна дебіторська заборгованість | 1155 | 430 151 | 2 284 |
| Поточні фінансові інвестиції | 1160 | - | - |
| Грошові кошти та їх еквіваленти | 1165 | 864 468 | 424 352 |
| Готівка | 1166 | 4 | 5 |
| Рахунки в банках | 1167 | 864 464 | 424 347 |
| Витрати майбутніх періодів | 1170 | 22 | 35 |
| Частка перестраховика у страхових резервах у тому числі в: | 1180 | - | - |
| резервах довгострокових зобов'язань | 1181 | - | - |
| резервах збитків або резервах належних виплат | 1182 | - | - |
| резервах незароблених премій | 1183 | - | - |
| інших страхових резервах | 1184 | - | - |
| Інші оборотні активи | 1190 | 2 296 | 9 446 |
| Усього за розділом II | 1195 | 1 962 438 | 1 370 846 |
| III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття | 1200 | 43 | 48 |
| Баланс | 1300 | 2 349 297 | 1 790 181 |

| Пасив | Код рядка | На початок звітного періоду | На кінець звітного періоду |
|---|-----------|-----------------------------|----------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| I. Власний капітал | | | |
| Зареєстрований (пайовий) капітал | 1400 | 1 468 949 | 1 468 949 |
| Внески до незареєстрованого статутного капіталу | 1401 | - | - |
| Капітал у дооцінках | 1405 | - | - |
| Додатковий капітал | 1410 | 275 777 | 275 753 |
| Емісійний дохід | 1411 | 181 000 | 181 000 |
| Накопичені курсові різниці | 1412 | 94 598 | 94 598 |
| Резервний капітал | 1415 | - | 17 939 |
| Нерозподілений прибуток (непокритий збиток) | 1420 | 356 603 | (414 588) |
| Неоплачений капітал | 1425 | (-) | (-) |
| Вилучений капітал | 1430 | (-) | (-) |

Продовження додатка Б

| 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|-------------|------------------|------------------|
| Інші резерви | 1435 | - | - |
| Усього за розділом I | 1495 | 2 101 329 | 1 348 053 |
| II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення | | | |
| Відстрочені податкові зобов'язання | 1500 | 1 563 | 1 563 |
| Пенсійні зобов'язання | 1505 | - | - |
| Довгострокові кредити банків | 1510 | - | - |
| Інші довгострокові зобов'язання | 1515 | - | - |
| Довгострокові забезпечення | 1520 | - | - |
| Довгострокові забезпечення витрат персоналу | 1521 | - | - |
| Цільове фінансування | 1525 | - | - |
| Благодійна допомога | 1526 | - | - |
| Страхові резерви | 1530 | - | - |
| у тому числі: | | | |
| резерв довгострокових зобов'язання | 1531 | - | - |
| резерв збитків або резерв належних виплат | 1532 | - | - |
| резерв незароблених премій | 1533 | - | - |
| інші страхові резерви | 1534 | - | - |
| Інвестиційні контракти | 1535 | - | - |
| Призовий фонд | 1540 | - | - |
| Резерв на виплату джек-поту | 1545 | - | - |
| Усього за розділом II | 1595 | 1 563 | 1 598 |
| III. Поточні зобов'язання і забезпечення | | | |
| Короткострокові кредити банків | 1600 | - | - |
| Векселі видані | 1605 | - | - |
| Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями | 1610 | - | - |
| товари, роботи, послуги | 1615 | 127 868 | 225 021 |
| розрахунки з бюджетом | 1620 | 83 817 | 2 740 |
| у тому числі з податку на прибуток | 1621 | 81 497 | - |
| розрахунками зі страхування | 1625 | 4 253 | 2 062 |
| розрахунками з оплати праці | 1630 | 8 127 | 7 635 |
| Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами | 1635 | 8 442 | 579 |
| Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками | 1640 | - | - |
| Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків | 1645 | - | - |
| Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю | 1650 | - | - |
| Поточні забезпечення | 1660 | 10 589 | 12 580 |
| Доходи майбутніх періодів | 1665 | - | - |
| Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків | 1670 | - | - |
| Інші поточні зобов'язання | 1690 | 3 309 | 189 913 |
| Усього за розділом III | 1695 | 246 405 | 440 530 |
| IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття | 1700 | - | - |
| V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду | 1800 | - | - |
| Баланс | 1900 | 2 349 297 | 1 790 181 |

Керівник _____ Стьопкіна В.М.

Головний бухгалтер _____ Станшевська Т.О.

¹ Визначається в порядку, встановленому центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері статистики.

ДОДАТОК В

Підприємство ПРАТ «УКРГРАФІТ»
(найменування)

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

| КОДИ | | |
|----------|----|----|
| 2020 | 01 | 01 |
| 38983006 | | |

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за Рік 2020 р.

Форма № 2 Код за ДКУД 1801003

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

| Стаття | Код рядка | За звітний період | За аналогічний період попереднього року |
|---|-----------|-------------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | 2000 | 1 020 608 | 931 502 |
| Чисті зароблені страхові премії | 2010 | - | - |
| премії підписані, валова сума | 2011 | - | - |
| премії, передані у перестраховання | 2012 | - | - |
| зміна резерву незароблених премій, валова сума | 2013 | - | - |
| зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій | 2014 | - | - |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) | 2050 | (797 472) | (820 338) |
| Чисті понесені збитки за страховими виплатами | 207 | - | - |
| Валовий: | | | |
| прибуток | 2090 | 223 136 | 111 164 |
| збиток | 2095 | (-) | (-) |
| Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань | 2105 | - | - |
| Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів | 2110 | - | - |
| зміна інших страхових резервів, валова сума | 2111 | - | - |
| зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах | 2112 | - | - |
| Інші операційні доходи | 2120 | - | - |
| у тому числі: | 2121 | - | - |
| дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю | | | |
| дохід від первісного визнання біологічних активів і сільської продукції | 2122 | - | - |
| дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування | 2123 | - | - |
| Адміністративні витрати | 2130 | (75 180) | (59 213) |
| Витрати на збут | 2150 | (7 454) | (7 718) |
| Інші операційні витрати | 2180 | (225 279) | (124 033) |
| у тому числі: | 2181 | - | - |
| витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю | | | |
| витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції | 2182 | - | - |
| Фінансовий результат від операційної діяльності: | | | |
| прибуток | 2190 | 161 481 | 395 744 |
| збиток | 2195 | (-) | (-) |
| Дохід від участі в капіталі | 2200 | - | - |
| Інші фінансові доходи | 2220 | 23 700 | 45 784 |
| Інші доходи | 2240 | 12 917 | 1 530 |
| Фінансові витрати | 2250 | (-) | (-) |
| Втрати від участі в капіталі | 2255 | (-) | (-) |

Продовження додатку В

| 1 | 2 | 3 | 4 |
|---|------|------------|-----------|
| Інші витрати | 2270 | (61 646) | (7 713) |
| Прибуток (збиток) від пливу інфляції на монетарні статті | 2275 | - | - |
| Фінансовий результат до оподаткування: | | | |
| прибуток | 2290 | 136 452 | 435 345 |
| збиток | 2295 | (-) | (-) |
| Витрати (дохід) з податку на прибуток | 2300 | (23 678) | (85 132) |
| Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування | 2305 | - | - |
| Чистий фінансовий результат: | | | |
| прибуток | 2350 | 112 774 | 350 214 |
| збиток | 2355 | (-) | (-) |

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

| Стаття | Код рядка | За звітний період | За аналогічний період попереднього року |
|---|-------------|-------------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Дооцінка (уцінка) необоротних активів | 2400 | - | - |
| Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів | 2405 | - | - |
| Накопичені курсові різниці | 2410 | - | - |
| Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств | 2415 | - | - |
| Інший сукупний дохід | 2445 | - | - |
| Інший сукупний дохід до оподаткування | 2450 | - | - |
| Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом | 2455 | - | - |
| Інший сукупний дохід після оподаткування | 2460 | - | - |
| Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460) | 2465 | 112 774 | 350 214 |

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

| Назва статті | Код рядка | За звітний період | За аналогічний період попереднього року |
|----------------------------------|-------------|-------------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Матеріальні затрати | 2500 | 708 673 | 570 439 |
| Витрати на оплату праці | 2505 | 210 674 | 156 041 |
| Відрахування на соціальні заходи | 2510 | 74 664 | 56 445 |
| Амортизація | 2515 | 29 360 | 32 764 |
| Інші операційні витрати | 2520 | 74 243 | 33 241 |
| Разом | 2550 | 1 097 614 | 851 930 |

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

| Назва статті | Код рядка | За звітний період | За аналогічний період попереднього року |
|--|-----------|-------------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Середньорічна кількість простих акцій | 2600 | | |
| Скоригована середньорічна кількість простих акцій | 2605 | | |
| Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію | 2610 | | |
| Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію | 2615 | | |
| Дивіденди на одну просту акцію | 2650 | | |

Керівник

Стьопкіна В.М.

Головний бухгалтер

Станшевська Т.О.