

Учет готовой продукции и ее реализация

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
1 Теоретические аспекты учета и реализации готовой продукции	6
1.1 Готовая продукция и методы её оценки	6
1.2 Документальное оформление операций по учету готовой продукции	9
2 Основные направления улучшения организации учета и реализации готовой продукции	14
2.1 Рекомендации по улучшению учета готовой продукции на предприятии.....	14
2.2 Основные направления совершенствования сбытовой деятельности предприятия	17
2.3 Синтетический и аналитический учет реализации готовой продукции .	22
2.4 Анализ качества готовой продукции	27
3 Расчетно-аналитическая деятельность бухгалтерского баланса в производстве	
3.1 Таблица №2 Журнал хозяйственных операций март 2017 г.	
3.2 Схемы счетов бухгалтерского учета	
3.3 Таблица №3 «Распределение общепроизводственных и общехозяйственных расходов»	
3.4 Справка бухгалтера на закрытие счета 90 «Продажи» по ООО «Авангард» за март месяц 2017 г.	
3.5 Оборотно-сальдовая ведомость	
3.6 Таблица №4 «Расчет фактической себестоимости производственной продукции и списание калькуляционной разницы за март 2017 г.	
Заключение	39
Список использованных источников	41

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследуемой работы обусловлена тем, что Результатом деятельности любого производственного предприятия является выпуск готовой продукции и ее реализация. Выпуск готовой продукции для организаций сферы материального производства является основным элементом предпринимательской деятельности и одним из основных этапов достижения цели такой деятельности – систематическое получение прибыли. В результате, стоимость готовой продукции, работ, услуг переходит из сферы производства в сферу обращения.

Для того чтобы правильно и своевременно осуществлять учет результатов производственной деятельности предприятие должно выбрать и закрепить в своей учетной политике ряд основополагающих принципов и методов по учету готовой продукции. От выбранного предприятием метода оценки готовой продукции и признания выручки от ее реализации зависят многие показатели деятельности предприятия.

Готовая продукция – часть материально-производственных запасов организации, предназначенная для продажи, конечный результат производственного процесса, законченный обработкой (комплектацией), технические и качественные характеристики которого соответствуют условиям договора или требованиям иных документов в случаях, установленных законодательством. Отражается готовая продукция в бухгалтерском балансе по фактической или нормативной (плановой) производственной себестоимости, включающей затраты, связанные с использованием в процессе производства основных средств, сырья, материалов, топлива, энергии, трудовых ресурсов и другие затраты на производство продукции либо по прямым статьям затрат.

Объектом исследования в работе является бухгалтерский учет готовой продукции и ее учет.

Предмет исследования – экономические подходы бухгалтерского учета готовой продукции предприятия на примере ОАО «Мукомол».

Целью дипломной работы является рассмотрение учета готовой продукции и ее реализации.

Для достижения поставленной цели формулируются следующие задачи:

- изучение теоретических аспектов учета и реализации готовой продукции;
- проанализировать организацию учета готовой продукции на ОАО «Мукомол»
- ознакомиться с информационной базой и задачами анализа;
- рассмотреть синтетический и аналитический учет реализации готовой продукции;
- изучить основные направления улучшения организации учета и реализации готовой продукции.

В качестве методов исследования выступают системный анализ, комплексный подход, методы экономического анализа. Методологической основой работы являются принципы экономической теории, различия и единства формы и содержания, определяющие учет готовой продукции.

Нормативно-правовую базу исследования составляют федеральные законы и нормативно-правовые акты, научные источники, статистические источники, финансовая (бухгалтерская) отчетность, управленческая документация, а также учредительные документы.

Теоретическая и практическая значимость работы заключается в том, что результаты исследования могут быть использованы в процессе совершенствования законодательства.

Вопросы учета готовой продукции и ее реализации широко изучаются отечественными и зарубежными учёными, среди которых труды Крылова Э.И., Власовой В.М., Егоровой М.Г., Давыдовой Л.В., Ковалёва В.В., Лапуста М.Г., Скамай Л.Г., Морозовой Т.Г., Пикулькиной А.В., Колчиной Н.В., Поляк Г.Б., Павлова Л.П.

Структура работы состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников и приложения.

1 Теоретические аспекты учета и реализации готовой продукции

1.1 Готовая продукция и методы её оценки

Готовая продукция – это часть материально-производственных запасов организации, предназначенная для продажи, являющаяся конечным результатом производственного процесса, законченная обработкой (комплектацией), технические и качественные характеристики которой соответствуют условиям договора или требованиям иных документов в случаях, установленных законодательством. Часть готовой продукции может потребляться внутри самой организации.

Готовая продукция (выполненные работы, оказанные услуги) в бухгалтерском учете может оцениваться по одному из следующих вариантов:

1 По фактической производственной себестоимости продукции, равной соответственно сумме всех затрат на ее изготовление.

Этот способ оценки применяется сравнительно редко, в основном на предприятиях индивидуального производства, выпускающих крупное уникальное оборудование и транспортные средства. При этом калькулируемые объекты иногда расчленяют по узлам и крупным конструктивным элементам. В итоге производственная себестоимость изделия складывается из суммы затрат на отдельные его составные части. Целесообразна оценка готовой продукции по производственной себестоимости и на предприятиях с ограниченной номенклатурой массовой продукции, когда ее выпуск и продажа производятся ежедневно.

Недостаток данного варианта оценки – неточности в исчислении себестоимости до завершения всех работ по объекту и окончания отчетного месяца.

2 По плановой (нормативной) производственной себестоимости.

При этом определяют и отдельно учитывают отклонения фактической производственной себестоимости за отчетный месяц от плановой (нормативной) себестоимости.

Положительной стороной указанной оценки является ее единство в текущем учете, при планировании и составлении отчетности. Однако если плановая (нормативная) себестоимость в течение года часто изменяется, приходится выполнять довольно трудоемкую работу по уточнению оценки остатков готовой продукции.

3 По учетным ценам.

В этом случае обособленно учитывается разница между фактической себестоимостью и учетной ценой. До последнего времени данный вариант оценки готовой продукции был наиболее распространен. Его преимущество проявляется в возможности сопоставления оценки продукции в текущем учете и отчетности, что важно для контроля за правильным определением объема товарного выпуска. При использовании учетных цен необходимо по окончании месяца исчислять отклонения фактической производственной себестоимости продукции от стоимости её по учетным ценам для распределения этого отклонения на отгруженную (реализованную) продукцию и остатки её на складах. Для этого составляют специальный расчет с использованием средневзвешенного процента отклонений фактической себестоимости продукции от стоимости её по учетным ценам.

4 По продажным (регулируемым или свободным, рыночным) ценам и тарифам (без налога на добавленную стоимость).

Этот вид оценки получает в настоящее время все большее распространение. Его используют для учета выполненных заказов, продукции и работ, цена расчетов за которые базируется на предварительно составленной и согласованной с заказчиком калькуляции себестоимости, когда для расчетов применяют заранее оговоренные индивидуальные цены или когда поставка продукции производится по устойчивым ценам рынка.

5 По прямым статьям расходования сокращенной себестоимости.

При применении в учете готовой продукции учетных цен и плановой (нормативной) себестоимости возникает необходимость исчисления отклонений в оценке товарного выпуска по учетным ценам от его фактической производственной себестоимости. Это позволяет независимо от вида оценки в текущем учете определить, в конечном счете, фактическую себестоимость отгруженной и отпущенной в порядке продажи продукции (работ, услуг), а также остатков готовых изделий на складах к концу месяца.

Процент отклонения исчисляется как отношение фактической себестоимости остатка продукции на начало месяца и продукции, выпущенной из производства в данном месяце, к стоимости этого же объема продукции в учетных ценах.

Готовая продукция входит в состав оборотных средств и поэтому должна учитываться в балансе по фактической производственной себестоимости, равной сумме всех затрат по изготовлению продукции:

- материальные затраты (сырье и материалы, израсходованные при производстве);
- амортизация производственного оборудования;
- зарплата производственных рабочих, ЕСН на зарплату;
- часть общепроизводственных и общехозяйственных расходов, приходящаяся на готовую продукцию.

Фактическую производственную себестоимость можно рассчитать только по окончании отчетного периода. Движение продукции на предприятии происходит ежедневно, поэтому для текущего учета применяют условную оценку продукции. Текущий ежедневный учет движения готовой продукции ведут по учетным ценам.

Плановую цену единицы продукции разрабатывает организация. В конце месяца плановая себестоимость должна быть доведена до фактической путем расчета сумм и процентов отклонений по группам готовой продукции.

Суммы и проценты отклонений рассчитывают исходя из остатка продукции на начало месяца и её поступлений за месяц. Отклонения

показывают экономию или перерасход и, следовательно, характеризуют результаты работы организации в процессе производства.

1.2 Документальное оформление операций по учету готовой продукции

Выпущенные из производства готовые изделия сдаются на склад предприятия и документально оформляются. Документы, отражающие выпуск и сдачу готовой продукции (приемо-сдаточные накладные, приемо-сдаточная ведомость, спецификации, приемные акты и тому подобное), имеют общее назначение, в основном одинаковые реквизиты, и выписываются в двух экземплярах под одним номером. В них указывается цех-сдатчик, склад-получатель, наименование и номенклатурный номер изделия, дата сдачи, учетная цена и количество сданной продукции. Один экземпляр документа находится в производственном цехе, а второй – на складе. На каждую партию сдаваемой продукции делают запись в обоих экземплярах приемно-сдаточных документов. После окончания сдачи всей продукции в обоих экземплярах приемно-сдаточных документов по каждому наименованию, виду и сорту подсчитывают и записывают количество штук или вес цифрами и прописью. Данные о сдаваемой продукции подтверждаются распиской приемщика в экземпляре сдатчика и, наоборот, распиской сдатчика в экземпляре приемщика.

К приемо-сдаточным документам, как правило, прилагается заключение лаборатории или отдела технического контроля о качестве продукции или делается отметка об этом на самом документе. При этом следует обратить внимание на то, что данные первичных документов о выпущенной продукции должны соответствовать данным журналов оперативного производственного учета.

По оформленным приемо-сдаточным накладным и актам продукция передается на склад готовой продукции и хранится там до отгрузки или отправки потребителям.

Отгрузка и отпуск готовых изделий покупателям осуществляется на основании заключенных с ними договоров или непосредственно в процессе свободной торговли.

Оперативный учет выполнения договоров о реализации продукции ведет отдел сбыта, который выписывает приказ-накладную. В ней объединяются два документа: приказ складу на отгрузку продукции и накладная на отпуск продукции со склада.

Данные приказа на отпуск продукции заполняет отдел сбыта, а данные о фактическом отпуске – материально ответственное лицо, отпустившее продукцию.

Фактический отпуск продукции со склада оформляют счетом-фактурой, товарно-транспортной накладной. Представители местных покупателей получают продукцию на складах по предъявлении доверенностей и расписки в требовании-накладной. При доставке продукции покупателям централизованно, в получении продукции со складов расписываются работники транспортно-экспедиционной службы.

Иногородним покупателям продукция отгружается железнодорожным, автомобильным или водным транспортом. В этом случае требование-накладная является сопроводительным документом груза в пути и передается грузополучателю вместе с продукцией. Грузоотправитель при отгрузке продукции получает от станции (пристани) отправления товарную квитанцию и квитанцию о приеме груза.

При централизованной доставке готовой продукции покупателям автомобильным транспортом производственное предприятие может заключить договор на транспортные услуги с автотранспортным предприятием, а последние – со своими шоферами о материальной ответственности за сохранность продукции. Лицам, осуществляющим централизованную доставку продукции, выдается «Книга регистрации сданных документов» с помещенной в ней доверенностью на право получения продукции для доставки по назначению. Отпуск продукции оформляют товарно-транспортной накладной.

Обычно ее выписывают в четырех экземплярах: первый остается у грузоотправителя для списания отгруженной продукции со склада; остальные экземпляры, заверенные подписью и печатью грузоотправителя, вручаются водителю. Водитель затем сдает грузоотправителю второй экземпляр с отметкой о передаче груза покупателю, а третий и четвертый – в свое автохозяйство.

К товарным документам прилагаются спецификации (упаковочные ведомости), в которых приводится подробный перечень отгруженной продукции и дается ее характеристика, паспорта и проспекты на конкретные изделия, сертификаты качества продукции и другие документы, обусловленные договором поставки.

На основании товарных документов бухгалтерия (финансовый отдел) производственного предприятия выписывает на имя покупателя расчетные документы – платежное требование, платежное требование-поручение и счет-фактуру для учета налога на добавленную стоимость. В расчетных документах указывают наименование и местонахождение поставщика и покупателя, номер договора поставки, вид отправки, сумму платежа по договору, стоимость дополнительно оплачиваемых тары и упаковки, транспортные тарифы, подлежащие возмещению покупателями (если это предусмотрено договором), сумму налога на добавленную стоимость, выделяемую отдельной строкой. При отгрузке изделий, не являющихся объектами налогообложения по НДС, расчетные документы выписывают без выделения суммы НДС, и на них делают надпись или ставят штамп «Без налога (НДС)».

Данные расчетных документов ежедневно записывают в ведомость учета и реализации продукции (ф. №16 или 16а). В ведомости указывают дату и номер платежного требования, наименование поставщика, количество отгруженной продукции по ее видам, суммы, предъявляемые по счетам, и отметку об оплате счетов. Ведомость является формой аналитического учета товаров отгруженных. Готовую продукцию в ведомости отражают по учетным

и отпускным ценам. Ведомость ф. № 16 используют при определении выручки по отгрузке, а № 16а – при определении выручки по оплате.

Оперативный учет отгрузки ведут в отделе сбыта (маркетинга) в специальных карточках, книгах или журналах.

Существует так же складской учет готовой продукции.

Складской учет готовой продукции, как правило, ведут по видам, сортам и местам хранения в натуральных, условно-натуральных и стоимостных показателях.

На крупных предприятиях на каждое наименование продукции бухгалтерия открывает карточку складского учета и выдает ее работнику склада под расписку в реестре карточек. Карточки размещаются в картотеке склада по номенклатурным номерам продукции. Материально ответственное лицо производит записи в карточках по каждому приходному и расходному документу отдельной строкой. После каждой записи определяется и записывается в соответствующей графе остаток готовой продукции.

Работник бухгалтерии периодически проверяет правильность оформления приходных и расходных документов и записей в карточках складского учета. Проверка производится в присутствии материально ответственного лица. Правильность записей в карточках бухгалтер подтверждает своей подписью в графе «контроль» с указанием даты проверки. Обнаруженные расхождения и ошибки здесь же устраняются.

Остатки готовой продукции на начало следующего месяца переносятся из карточек складского учета в ведомость остатков (сальдовую книгу) по складу. Ее итоги сверяют с данными бухгалтерии.

В установленные сроки, заведующие складами (кладовщики), на основании первичных приходных и расходных документов, составляют и представляют в бухгалтерию отчеты о движении готовых изделий в двух экземплярах. В них указываются остатки готовых изделий на начало и конец отчетного периода, а также их движение, т.е. поступление и выбытие.

Первый экземпляр отчета остается в бухгалтерии, а второй, с распиской бухгалтера, возвращается материально ответственному лицу и служит подтверждением сдачи отчета.

Все первичные документы, отражающие движение готовых изделий, также периодически сдаются в бухгалтерию материально ответственными лицами. Они могут быть приложены либо к отчету о движении готовых изделий, либо для этого составляют реестр типовой формы (М-18). Реестр составляется отдельно по приходу и отпуску готовой продукции.

В бухгалтерии отчеты материально ответственных лиц, а также приходные и расходные документы о движении готовой продукции подвергаются проверке и таксировке. При проверке обращается внимание на: правильность оформления документов; законность и целесообразность отражаемых операций; соответствие дат документов тому периоду, за который составлен отчет; правильность перенесения остатков с предыдущего отчета и так далее. Затем проверяются итоги по приходу и расходу и точность определения остатков на конец отчетного периода.

После проверки отчета и первичных документов бухгалтер приступает к их бухгалтерской обработке. Ее сущность заключается в составлении бухгалтерских проводок по каждой хозяйственной операции и подготовке документов и отчета для записи в учетные регистры.

Приемо-сдаточные накладные на выпуск готовой продукции записываются в ведомости выпуска готовых изделий. По окончании месяца в ведомости подсчитывают количество выпуска по каждому виду изделий и определяют стоимость выпущенной продукции по учетным ценам, по фактической себестоимости и отпускным ценам. Если учетной ценой является плановая (нормативная) производственная себестоимость продукции, выявляется производственный результат деятельности (экономия или перерасход).

2 Анализ организации учета готовой продукции на ОАО «Мукомол»

2.1 Информационная база и задачи анализа

Результатом производства и реализации продукции ОАО «Мукомол» и любого другого предприятия является формирование основного вида дохода – выручки, покрывающей затраты и генерирующей прибыль. Для анализа выручки используется широкий круг различных количественных, стоимостных и относительных показателей, отражающих объемы и структуру реализованной продукции, динамику и степень выполнения бюджетных заданий.

Для организаций разных типов, масштабов производства, отраслевой принадлежности характерны те или иные показатели, образующие систему показателей производства и реализации (рисунок 1).



Рисунок 1 – Схема показателей объема производства и реализации продукции

Как видно из рисунка 1, к числу анализируемых показателей относятся: объем в натуральном и стоимостном измерении произведенной продукции;

объем отгруженной (реализованной) продукции; сумма выручки от продаж; переходящие остатки готовой продукции, переходящие остатки незавершенного производства.

Информационным обеспечением для проведения анализа производства и продажи продукции служат агрегированные данные, содержащиеся в формах бухгалтерской, статистической отчетности, а также детальные сведения, формируемые в учетной системе организации.

К ним относятся данные, учитываемые на счетах учета выпуска и реализации готовой продукции, данные складского учета по видам продукции, данные о производстве продукции отдельными подразделениями, о поступлении на склад и реализации готовой продукции и др. При анализе выполнения плана и динамики производства и продажи продукции отдельными цехами, участками необходимую информацию можно получить из соответствующих бюджетов предприятия, планов и отчетов отдельных центров продаж.

Основные задачи, решаемые в рамках анализа производства и продажи продукции, заключаются в следующем:

- 1 Анализ динамики объемов производства продукции и выручки от продаж за год, по кварталам, месяцам.
- 2 Анализ выполнения плана по производству и продаже продукции за год, по кварталам, месяцам.
- 3 Анализ ассортимента производства и реализации продукции (в разрезе номенклатуры) за год, по кварталам, месяцам.
- 4 Анализ запасов готовой продукции по видам за год, по кварталам, месяцам.
- 5 Анализ оборачиваемости готовой продукции в целом и по видам.
- 6 Анализ выполнения договорных обязательств по отгрузке продукции по покупателям.
- 7 Анализ сезонных колебаний объемов выручки от продаж по видам продукции.

8 Анализ качества реализованной продукции.
9 Оценка эффективности ценовой политики.
10 Оперативный анализ ритмичности и равномерности реализации продукции.

11 Анализ факторов и оценка резервов роста реализации продукции.

Показатели объемов производства и продажи продукции (работ, услуг) за определенный период времени могут выражаться в натуральных, условно-натуральных, трудовых (в нормо-часах) и стоимостных измерителях.

Стоимостное выражение показателя объема продажи продукции, определяемого в соответствии с учетной политикой компании, в условиях рыночной экономики приобретает первостепенное значение. Важную роль в оценке выполнения производственной программы имеют и натуральные показатели объемов производства и продажи продукции, которые используются для анализа объемов производства и реализации по отдельным видам однородной продукции.

Для оценки результатов производственной деятельности организации важны также условно-натуральные показатели, применяемые для обобщенной характеристики объемов производства продукции. Эти показатели отражают специфику производственной деятельности.

Показатели трудозатрат используются для анализа в условиях выпуска большой номенклатуры продукции, когда ее объемы невозможно выразить в традиционных измерителях.

Для реализации этапов методики анализа производства и реализации продукции используется вся совокупность методов и приемов экономического анализа. Традиционным является использование аналитических таблиц для проведения структурного и динамического анализа, выявления тренда, оценки выполнения бюджетных заданий.

2.2 Синтетический и аналитический учет реализации готовой продукции

Аналитический учет – это подробный детализированный учет, который отражает каждую операцию во всех ее аспектах. Бухгалтерский учет в ОАО «Мукомол» осуществляется в соответствии:

1 С Федеральным Законом ОТ 06.12.2011 №402-ФЗ «О бухгалтерском учете» С ФЗ от 06.12.2011 г. № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете».

2 С положением по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в РФ, утв. Приказом Минфина России от 29.07.1998 г. № 34 н.

3 С положением по бухгалтерскому учету (ПБУ 1/2008 г. – 21/2008 г.). Утв. Приказами Минфина России.

4 С методического указаниями и инвентаризации имущества и финансовых обязательств, утв. Приказом Минфина России от 13.06.1995 г. №49.

5 С Планом счетов финансово-хозяйственной деятельности организаций и инструкцией по его применению, утв. Приказом Минфина России от 31.10.2000 г. № 94 н.

6 С порядком ведения кассовых операций в РФ (Положение ЦРБ РФ от 12.10.2011 г. № 373-П)

Отражение фактов хозяйственной деятельности ОАО «Мукомол» производится с использованием принципа временной определенности, который подразумевает, что факты хозяйственной деятельности относятся к тому отчетному периоду, в котором они имели место, независимо от фактического времени поступления ли выплаты денежных средств, связанных с этими фактами. Готовая продукция в бухгалтерской отчетности отражается по фактической производственной себестоимости. Если выручка от продажи отгруженной продукции определенное время не может быть признана в бухгалтерском учете (например, при экспорте продукции), то до момента признания выручки эта продукция учитывается на счете 45 «Товары

отгруженные». При фактической отгрузке ее производится запись по кредиту счета 43 «Готовая продукция» в корреспонденции со счетом 45 «Товары отгруженные».

На рисунке 2 изображена схема корреспонденции счёта 43 «Готовая продукция».

Дт	Кт
Сн	
Дт 43 Кт 40 (отражена плановая себестоимость готовой продукции)	Дт 90 Кт 43 (отражена фактическая себестоимость готовой продукции)
Об Дт	Об Кт
Ск	

Рисунок 2 – «Анализ счёта 43 «Готовая продукция»»

Конечное сальдо рассчитывается как сальдо начальное плюс обороты по дебету и минус обороты по кредиту, так как счет активный.

На рисунке 3 изображена схема корреспонденции счёта 40 «Выпуск продукции».

Дт	Кт
Сн	
Дт 40 Кт 20 (отражена фактическая себестоимость готовой продукции)	Дт 43 Кт 40 (отражена нормативная себестоимость готовой продукции)
Об Дт	Об Кт
Ск	

Рисунок 3 – «Анализ счёта 40 «Выпуск продукции»»

Конечное сальдо рассчитывается как сальдо начальное плюс обороты по дебету и минус обороты по кредиту, так как счет активный.

Учет выручки от продажи продукции, работ, услуг ведется на активно-пассивном счете 90 «Продажи», который имеет субсчета:

1 «Выручка» – для учета поступления активов, признаваемых выручкой.

2 «Себестоимость продаж» – для учета фактической себестоимости продаж, по которым признана выручка.

3 «Налог на добавленную стоимость» – для отражения сумм НДС, причитающихся к получению от покупателей, заказчиков.

4 «Акцизы» – для учета сумм акцизов, включенных в цену проданной продукции.

9 «Прибыль/убыток от продаж» – для выявления прибыли или убытка от продаж готовой продукции, работ, услуг за отчетный период.

На рисунке 4 изображена схема корреспонденции счёта 90.01.1 «Выручка по деятельности с основной системой налогообложения».

Дт	Кт
Сн	
Дт 62 Кт 90.01.1 (реализация собственной продукции)	Дт 90.01.1 Кт 90 (внутренние записи по счету 90)
Об Дт	Об Кт
	Ск

Рисунок 4 – «Анализ счёта 90.01.1 «Выручка по деятельности с основной системой налогообложения»»

Конечное сальдо рассчитывается как сальдо начальное плюс обороты по кредиту и минус обороты по дебету, так как счет пассивный.

На рисунке 5 изображена схема корреспонденции счёта 90.02.1 «Себестоимость продаж с основной системой налогообложения»

Дт	Кт
Сн	
Дт 90.02.1 Кт 41 (отражена себестоимость продукции)	Дт 90.02.1 Кт 90 (внутренние записи по счету 90)
Дт 90.02.1 Кт 43 (списание себестоимости Продукции)	
Об Дт	Об Кт
Ск	

Рисунок 5 – «Анализ счёта 90.02.1 «Себестоимость продаж с основной системой налогообложения»»

Конечное сальдо рассчитывается как сальдо начальное плюс обороты по дебету и минус обороты по кредиту, так как счёт активный.

На рисунке 6 изображена схема корреспонденции счёта 90.03 «Налог на добавленную стоимость».

Дт	Кд
Сн	
Дт 90.03 Кт 68 (начислен НДС)	Дт 90 Кт 90.03 (внутренние записи по счету 90)
Об Дт	Об Кд
Ск	

Рисунок 6 – «Анализ счёта 90.03 «НДС»»

Конечное сальдо рассчитывается как сальдо начальное плюс обороты по дебету и минус обороты по кредиту, так как счет активный.

На рисунке 7 изображена схема корреспонденции счёта 90.03 «Расходы на продажу по деятельности с основной системой налогообложения».

Дт	Кд
Сн	
Дт 90.07.1 Кт 44 (произведён учёт расходов на продажу)	Дт 90 Кт 90.07.1 (внутренние записи по счёту 90)
Об Дт	Об Кд
Ск	

Рисунок 7 – «Расходы на продажу по деятельности с основной системой налогообложения»»

Конечное сальдо рассчитывается как сальдо начальное плюс обороты по дебету и минус обороты по кредиту, так как счет активный.

На рисунке 8 изображена схема корреспонденции счёта 90.08 «Управленческие расходы».

Дт	Кд
Сн	
Дт 90.08.1 Кт 26 (отнесение затрат общехозяйственных расходов на управленческие расходы)	Дт 90 Кт 90.08.1 (внутренние записи по счёту 90)
Об Дт	Об Кд
Ск	

Рисунок 8 – «Управленческие расходы

Конечное сальдо рассчитывается как сальдо начальное плюс обороты по дебету и минус обороты по кредиту, так как счет активный.

ОАО «Мукомол» одна из организаций, которая осуществляет оптовую продажу, через торговые сети. Продукцию ОАО «Мукомол» можно найти на витринах таких супер-гипермаркетов как Лента, Магнит и другие.

2.3 Синтетический и аналитический учет реализации готовой продукции

1 В первую очередь необходимо провести анализ динамики и структуры реализации в стоимостных показателях.

ОАО «Мукомол» осуществляет реализацию, как продукции собственного производства, так и реализацию покупных товаров.

Таблица 1 – Динамика показателей выручки ОАО «Мукомол» в 2014–20126 гг.

Показатель	2014 г., тыс. р.	2015 г., тыс. р.	Абс. прирост, тыс. р.	Темп роста, %	2016 г., тыс. р.	Абс. прирост, тыс. р.	Темп роста, %
Реализация продукции собственного производства на внутреннем рынке	405879	419109	13230	103,3	475327	56218	113,4
Реализация покупных товаров на внутреннем рынке	7032250	7915685	883435	112,6	20777741	12862056	262,5
Прочая реализация	954	4025	3071	421,9	1525	-2500	37,9
Выручка всего	7439083	8338819	899736	112,1	21254593	12915774	254,9

На основе данных таблицы 1 следует отметить, что в 2014 г. в ОАО «Мукомол» наибольший рост произошел по реализации покупных товаров на внутреннем рынке в 2015 г. выросла на 883435 тыс. р. (262,5%) и составила в 2015 г. – 7915685 тыс. р., против роста в 2016 г. всего на 883435 тыс. р. (112,6%). При этом реализация продукции собственного производства в 2016 г. составила 475327 тыс. р. и выросла на 56218 тыс. р. (113,4%) по сравнению с 2014 г., в котором реализации продукции собственного производства выросла на 13230 тыс. р. (103,3%).

Для того чтобы отследить структуру выручки ОАО «Мукомол» построим таблицу 2.

Таблица 2 – Структура показателей выручки ОАО «Мукомол» в 2014–2016 гг.

Показатель	2014 г., тыс. р.	Удельный вес в выручке, %	2015 г., тыс. р.	Удельный вес в выручке, %	2016 г., тыс. р.	Удельный вес в выручке, %
Реализация продукции собственного производства на внутреннем рынке	405879	5,17	419109	4,78	475327	2,18
Реализация покупных товаров на внутреннем рынке	7032250	89,62	7915685	90,33	20777741	95,23
Прочая реализация	954	0,01	4025	0,05	1525	0,01
Выручка всего	7841504	100,00	8757625	100,00	21673685	100,00

На основе данных таблицы 2 следует отметить, что доля реализации продукции собственного производства в выручке ОАО «Мукомол» снижается, так в 2014 г. она составила – 5,17%, в 2015 г. – 4,78%, а в 2016 г. – 2,18%. Данная тенденция обусловлена увеличением реализации покупной продукции как на внутреннем рынке, так и на рынках стран ближнего зарубежья.

Второй этап анализа реализации готовой продукции – изучение ассортимента продукции, то есть объемов производства и продаж всего перечня наименований выпускаемой ОАО «Мукомол» продукции. Для анализа

ассортимента продукции компании выделим следующие ассортиментные группы:

- макаронны;
- мука;
- хлеб;
- булочные изделия.

Каждый вид продукции ОАО «Мукомол» отличается по затратоемкости производства, цене, прибыльности. Поэтому изменение в структуре продукции, как правило, приводят к изменению в структуре продаж. Показатели ассортимента реализованной продукции собственного производства ОАО «Мукомол» приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Показатели ассортимента реализованной продукции собственного производства ОАО «Мукомол» в 2014–2016 гг.

Вид продукции	По количеству							По цене		
	2014 г., т	2015 г., т	Абс. прирост, тонн	Темп роста, %	2016 г., т	Абс. прирост, тонн	Темп роста, %	2014 г., т	2015 г., т	2016 г., т
Макаронны	2122,85	2172,17	49,32	102,32	2727,03	554,86	125,54	33	35	35
Мука	1626,06	1560,76	-65,30	95,98	1561,40	0,64	100,04	48	50	53
Хлеб	1704,67	1609,59	-95,07	94,42	1787,47	177,88	111,05	36	37	38
Булочные изделия	2060,71	1849,89	-210,83	89,77	2180,08	330,19	117,85	35	36	37
Итого	7514,29	7192,41	-321,88	97,59	12060,47	1192,00	110,97	36,45	38,56	39,41

На основе данных таблицы 3 следует отметить, что в 2016 г. было произведено и реализовано: макарон 2727,03 тонны по цене 35 р. за кг, то выше показателя 2015 г. на 554,86 тонны (25,54%); муки – 1561,40 тонн по цене 53 р. за кг, что выше показателя 2015 г. на 0,64 тонны (0,04%); хлеба – 1787,47 тонны по цене 38 р. за кг, что выше показателя 2015 г. на 177,88 тонны (11,05%); булочные изделия – 2180,08 тонн по цене 37 р. за тонну, что выше показателя 2015 г. на 330,19 тонны (17,85%).

Структура продукции определяется удельным весом каждого вида продукции. Фактическое изменение удельного веса реализации отдельных видов продукции ОАО «Мукомол» в их общем объеме в период с 2014 по 2016 гг. представлено в таблице 4.

Таблица 4 – Показатели структуры ассортимента реализованной продукции собственного производства ОАО «Мукомол» в 2014–2016 гг.

Вид продукции	Выручка, тыс. р.			Структура выручки, %				
	2014	2015	2016	2014	2015	Абс. прирост, %	2016	Абс. прирост, %
Макаронны	70054	76026	95446	17,26	18,14	0,88	20,08	1,94
Мука	78051	78038	82754	19,23	18,62	-0,61	17,41	-1,21
Хлеб	61368	59555	67924	15,12	14,21	-0,91	14,29	0,08
Булочные изделия	72125	66596	80663	17,77	15,89	-1,88	16,97	1,08
Итого	281598	280215	326787	100,00	100,00	0,00	100,00	0,00

На основе данных таблицы 4 следует отметить, что наибольший удельный вес в реализуемой продукции собственного производства ОАО «Мукомол» имеет макаронны, доля которых в выручке в 2016 г. составила 20,08% (в 2015 г. – 18,14%, в 2014 г. – 17,26%), доля муки в выручке в 2016 г. составила 17,41% (в 2015 г. – 18,62%, в 2014 г. – 19,23%), доля булочных изделий в выручке 2016 г. составила 16,97% (в 2015 г. – 15,89%, в 2014 г. – 17,77%), доля хлеба в выручке 2016 г. составила – 14,29% (в 2015 г. – 14,21%, в 2014 г. – 15,12%). Таким образом, ОАО «Мукомол» в 2016 г. имеет большую ориентацию на увеличение удельного веса производства и реализации круп и булочных изделий.

В таблицах 4 и 5 отражены не только стоимостные показатели выручки по каждому виду продукции в 2014–2016 гг., но и ее количество, а также разброс цен. Наиболее дорогостоящие виды продукции – хлеб, цена которого в 2016 г. по сравнению с 2014 г. возросла на 3,7% ($56/54 \times 100 - 100$) и мука, цена которой выросла в 2016 г. по сравнению с 2014 г. на 10,4% ($53/48 \times 100 - 100$),

поэтому по этим видам продукции наблюдаются низкие темпы роста в количественном выражении, но выручка компенсируется ценой, поэтому, как было указано ранее, удельный вес хлеба в стоимостном выражении составляет 14,41%, а удельный вес муки – 14,29%.

Для характеристики интенсивности структурных преобразований реализации продукции собственного производства ОАО «Мукомол» используем коэффициент структурной активности:

$$K_d = \sum_{i=1}^n \sqrt{\Delta d_i^2}, \quad (1)$$

где Δd_i – абсолютное значение изменения удельного веса i -го вида продукции в общем объеме выручки от продаж (количества) за исследуемый период;

n – количество видов продукции.

Произведем расчеты:

$$\begin{aligned} K_{d_{2015}} &= \sqrt{0,88^2 + (-0,61)^2 + (-0,91)^2 + (-1,88)^2 + 3,18^2 + (-0,66)^2} \\ &= \sqrt{0,7744 + 0,3721 + 0,8281 + 3,5344 + 10,1124 + 0,4356} \\ &= \sqrt{16,0570} = 4,00\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} K_{d_{2016}} &= \sqrt{1,94^2 + (-1,21)^2 + 0,08^2 + 1,08^2 + (-1,56)^2 + (-0,33)^2} \\ &= \sqrt{3,7636 + 1,4641 + 0,0064 + 1,1664 + 2,4336 + 0,1089} \\ &= \sqrt{8,9430} = 3,00\% \end{aligned}$$

Таким образом, в 2016 г. уровень структурных преобразований в ОАО «Мукомол» составил 3%, что ниже уровня 2015 года на 1%. Снижение структурного коэффициента указывает на то, что предприятие вышло из периода кризиса, обусловленного общемировой тенденцией 2012–2014 гг. и перешло в более стабильную стадию производства и доли рынка.

Основные причины изменения данной тенденции заключаются в следующем:

- стабильный спрос на продукцию, заключение долговременных контрактов с крупными покупателями;
- высококвалифицированный персонал с необходимой профессиональностью и квалификацией.

В количественном выражении выделяется продажа круп (как одного из самых востребованных видов продукции ОАО «Мукомол» на рынке), относительная дешевизна которого обеспечила 125,54% темп роста.

2.4 Анализ качества готовой продукции

Качество продукции ОАО «Мукомол» характеризуется надежностью и долговечностью, эксплуатационными, потребительскими, технологическими и дизайнерскими свойствами изделия, уровнем его стандартизации и унификации.

Качество продукции ОАО «Мукомол» определяется ее сортом, поэтому следует рассчитать следующие показатели:

1 Доля продукции каждого сорта в общем объеме производства в динамике.

2 Средний коэффициент (индекс) сортности рассчитывается отношением стоимости продукции всех сортов к возможной стоимости продукции по цене 1 сорта:

$$I_{\text{сорт}} = \frac{\sum(V_{\text{ВПи}} * C_i)}{\sum(V_{\text{ВПи(1сорт)}} * C_{(1сорт)})} \quad (2)$$

где, $V_{\text{ВПи}}$, $V_{\text{ВПи(1сорт)}}$ – общий объем продукции в натуральном выражении и объем продукции 1 сорта;

а C_i , $C_{(1сорт)}$ – цена продукции, цена продукции 1 сорта;

3 Индекс роста качества продукции:

$$I_{\text{качества}} = \frac{I_1}{I_0}, \quad (3)$$

При изменении сортового состава вначале необходимо рассчитать, как изменилась средневзвешенная цена и средневзвешенная себестоимость единицы продукции, затем по приведенным алгоритмам определить влияние сортового состава на выпуск продукции, выручку и прибыль от ее реализации.

Изменение удельного веса по каждому сорту (ΔU_{D_i}) необходимо умножить на цену соответствующего сорта (C_i), а результаты сложить. Полученное изменение среднего уровня цены умножить на общий фактический выпуск данного вида продукции в натуральном выражении ($V_{\text{ВПообщ.1}}$).

$$\Delta C_{\text{сорт}} = \sum (\Delta U_{D_i} * C_{0i}), \quad (4)$$

$$\Delta \text{ВП}_{\text{сорт}} = \Delta C_{\text{сорт}} * V_{\text{ВПообщ.1}}, \quad (5)$$

Аналогичным образом определяется изменение среднего уровня себестоимости изделия за счет изменения сортового состава:

$$\Delta C_{\text{сорт}} = \sum (\Delta U_{D_i} * C_{i0}), \quad (6)$$

Затем рассчитывается влияние изменения сортового состава на сумму прибыли:

$$\Delta \text{П}_{\text{сорт}} = (\Delta C_{\text{сорт}} - \Delta C_{\text{сорт}}) * V_{\text{ВПообщ.1}}, \quad (7)$$

Произведем оценку качества каждого вида продукции собственного производства ОАО «Мукомол». Оценка качества макарон приведена в таблице 5.

Таблица 5 – Расчет изменения стоимости выпуска макарон за счет изменения сортового состава ОАО «Мукомол» в 2015–2016 гг.

Сорт	Цена 1 ед., тыс. р.		Объем реализации, тонн		Стоимость выпуска, тыс. р.				Структура, удельный вес, %		Изменение в структуре	Изменение средней цены за счет структуры
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015 по цене 1 сорта	2016 по цене 1 сорта	2015	2016		
Первый	39	39	711,98	937,99	27767	36582	27767	36582	32,8	34,4	1,62	0,63
Второй	35	35	748,24	851,03	26188	29786	29181	33190	34,4	31,2	-3,24	-1,13
Третий	31	31	711,95	938,01	22070	29078	27766	36582	32,8	34,4	1,62	0,50
Итого	–	–	2172,17	2727,03	76026	95446	84715	106354	100,0	100,0	0,00	0,00
К сортности											0,8974373	0,8974351
Индекс роста качества продукции												1,0
Изменение стоимости фактического выпуска за счет изменения сортового состава, тыс. р.												-0,23

На основе данных таблицы 5 следует отметить, что в 2016 г. увеличилась доля макарон первого сорта на 1,62% и третьего сорта на 1,62%, доля макарон второго сорта снизилась на 3,24%. Коэффициенты сортности, рассчитанные в динамике, указывают на общее незначительное снижение качества муки ОАО «Мукомол», которое в 2016 г. оценивается в 0,23 тыс. р.

Оценка качества муки приведена в таблице 6.

Таблица 6 – Расчет изменения стоимости выпуска муки за счет изменения сортового состава ОАО «Мукомол» в 2015–2016 гг.

Сорт	Цена 1 ед., тыс. р.		Объем реализации, тонн		Стоимость выпуска, тыс. р.				Структура, удельный вес, %		Изменение в структуре	Изменение средней цены за счет структуры
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015 по цене 1 сорта	2016 по цене 1 сорта	2015	2016		
Первый	55	56	504,12	860,12	27727	48167	27727	48167	32,3	55,1	22,79	12,76
Второй	49	50	568,54	542,25	27858	27113	31270	30366	36,4	34,7	-1,70	-0,85
Третий	46	47	488,1	159,03	22453	7474	26846	8906	31,3	10,2	-21,09	-9,91

Продолжение таблицы 6

Сорт	Цена 1 ед., тыс. р.		Объем реализации, тонн		Стоимость выпуска, тыс. р.				Структура, удельный вес, %		Изменение в структуре	Изменение средней цены за счет структуры	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015 по цене 1 сорта	2016 по цене 1 сорта	2015	2016			
Итого	–	–	1560,76	1561,4	78038	82754	85842	87438	100,0	100,0	0,00	2,00	
К сортности											0,9090869	0,9464221	
Индекс роста качества продукции													1,04
Изменение стоимости фактического выпуска за счет изменения сортового состава, тыс. р.													3264,52

На основе данных таблицы 6 следует отметить, что в 2012 г. увеличилась доля муки первого сорта на 1,62%, доля муки второго и третьего сорта снизилась на 1,70% и 21,09% соответственно. Коэффициенты сортности, рассчитанные в динамике, указывают, во-первых, на общее увеличение качества муки с 0,9091 до 0,9464. Об указанной тенденции говорит индекс роста качества муки, равный 1,04. Во-вторых, значение коэффициента сортности свидетельствуют об имеющихся резервах роста качества муки ОАО «Мукомол». Упущенные возможности предприятия в 2015 г. оцениваются в 7804 тыс. р. (85842 – 78038) недополученной выручки от реализации, а в 2012 г. – в 4684 тыс. р. (87438 – 82754) – это резервы роста качества продукции, которые должны учитываться при разработке производственной программы на будущие периоды.

Таким образом, в ОАО «Мукомол» за исключением макарон качество растет, о чем свидетельствуют полученные индексы роста качества продукции.

3 Основные направления улучшения организации учета и реализации готовой продукции

3.1 Рекомендации по улучшению учета готовой продукции на предприятии

В отношении эффективности бухгалтерского учета можно сделать следующие замечания:

1 Не обеспечен правильный складской учет продукции находящейся в собственности организации и, продукции, находящейся на ответственном хранении. В результате чего происходит путаница. Так, были выявлены случаи отгрузки покупателям продукции, не принадлежащей организации на праве собственности. Рекомендуется обеспечить отдельное складское помещение для хранения товаров на ответственном хранении, либо маркировать их соответствующим образом.

2 В целях автоматизации и ускорения учетного процесса рекомендуется также провести следующие мероприятия: в данный момент пользователями программного продукта 1С Бухгалтерия являются всего 5 человек, это связано с ограниченными сетевыми возможностями операционной системы Windows XP, установленной на сервере. Рекомендуется установить на бухгалтерский сервер операционную систему Windows Server 2010, следующим шагом будет подключение к системе заведующих складами, в результате они смогут самостоятельно осуществлять ряд операций по учету и реализации готовой продукции, что облегчит учет и ускорит процесс получения оперативной информации. Также к системе необходимо подключить специалистов коммерческого отдела при этом, выделив им, определенный набор прав, так коммерческий отдел сможет получать необходимую бухгалтерскую информацию о наличии продукции и отгрузке ее покупателям. Составление внутренней документации по учету материально-производственных запасов помогает рационализировать оперативный, бухгалтерский и складской учет

материально-производственных запасов в ОАО «Мукомол», сократить трудозатраты учетных работников и выполнить основные задачи и требования, поставленные для учета данных активов.

3 Все оборудование используемое на предприятии достаточно изношено, отсюда возникают простои, оплачиваемые предприятием и приводящие к снижению производительности. Внедрение более совершенной техники во многом сократит использование ручного труда, уменьшит необходимое количество работников, а также затраты на оплату простоев. Однако в настоящее время в связи с тяжелым финансовым положением и глобальным экономическим кризисом предприятие не располагает свободными денежными средствами для инвестирования их в капитальные вложения и модернизацию производства. Поэтому на сегодняшний день необходимо обеспечить по крайней мере систематическое обслуживание и текущий ремонт производственного оборудования, вовремя устранять поломки и неисправности, чтобы свести к минимуму вероятность остановки производства вследствие отказа оборудования.

4 Необходимо предусмотреть различные системы стимулирования работников – от взысканий до поощрений. Этим можно повысить ответственность трудового коллектива за результаты своего труда. Рекомендуются также рассмотреть вопрос о сокращении ряда сотрудников, так как в кризисной ситуации одним из основных путей сокращения затрат является снижение постоянных расходов, в связи с этим предлагается сократить работников находящихся на фиксированном окладе, например можно урезать штат сторожевой охраны, слесарей, возможен вариант перевода их на неполный рабочий день.

5 С целью контроля за наличием муки на складах предприятия обеспечить ежемесячное проведение инвентаризации готовой продукции и сырья. Ежемесячно запрашивать акты сверок взаимных расчетов с основными поставщиками сырья, а также с покупателями хлеба и хлебобулочных изделий.

6 Обязать мастеров склада хранения готовой продукции ежедекадно отправлять копии товарно-транспортных накладных в бухгалтерию ОАО «Мукомол», это позволит оперативно контролировать вывозку готовой продукции со склада предприятия.

7 В настоящее время часть произведенной продукции в конце рабочего дня остается не пакетированной и складывается на производственном участке, такой ситуации возникать не должно, вся произведенная продукция должна быть уложена и упакована в пакеты и перемещена на погрузочно-разгрузочный участок.

8 Предлагается пересмотреть существующую номенклатуру и расширить ее.

9 Но самым существенным недостатком работы бухгалтерской службы предприятий является отсутствие системы внутреннего контроля по учету выпуска продукции.

Для совершенствования учета готовой продукции необходимо контролировать производственный процесс на всех его стадиях. Для этого бухгалтеру по учету готовой продукции необходимы не только навыки учетной работы на данном участке, но и отличное понимание особенностей процесса производства готовой продукции в отрасли.

Для достижения правильности, оперативности и полноты учета предлагаются следующие мероприятия:

Во-первых, необходимо обеспечить получение отчетов по работе производственного цеха за каждые сутки, а не ежемесячно, в следующих аспектах:

- поступление муки;
- отсортировано сырья за смену;
- остаток отсортированного сырья по кг;
- выработка за смену.

Во-вторых, обеспечить приемку сырья от сторонних организаций по сортам в четком соответствии с ГОСТ.

В-третьих, необходимо предложить программу системы внутреннего контроля по учету выпуска и продажи готовой продукции.

Внутренний контроль организации бухгалтерского учета выпуска и продажи готовой продукции должен проводиться по направлениям:

- изучение учетной политики в части использования счетов 40 «Выпуск готовой продукции» и 43 «Готовая продукция»;
- осуществление арифметической проверки расчетов отклонений фактической производственной себестоимости, выпущенной из производства продукции, от нормативной (плановой) себестоимости;
- проверка правомерности распределения расходов на продажу счета 44 «Расходы на продажу» по видам продукции;
- проверка достоверности отражения сумм фактической себестоимости отгруженной продукции на основании данных аналитического учета и первичных документов складского учета и правильности (своевременности) отражения суммы выручки за отгруженную продукцию на счете 90 «Продажи» на основании первичных документов.

Данная организация внутреннего контроля на предприятии позволит получить объективную оценку полноты, своевременности и достоверности отражения в учете и отчетности показателей выручки от продажи, себестоимости проданной продукции, управленческих и коммерческих расходов и прибыли (убытка) от продажи.

Кроме того, реализация данных мероприятий позволит не только повысить качество выпускаемой продукции, но и усилить контроль выпуска готовой продукции и правильности ее учета в местах хранения со стороны бухгалтерского учета в результате получения оперативных данных о выпуске продукции и ее поступлении в производственный цех.

3.2 Основные направления совершенствования сбытовой деятельности предприятия

Коммерческое понимание маркетинга как метода и инструмента сбыта, означающее лишь поиск и отбор покупателя продукции, которое предприятие произвело или в состоянии производить, не соответствует развитому уровню рыночных отношений. Ориентация производства только на сбыт товаров является причиной постоянной несогласованности между спросом и предложением, а также кризиса перепроизводства, поскольку внешний вид и производственные характеристики товара слабо или совсем не увязаны с фактическими потребностями рынка [28, с. 24].

Для повышения эффективности деятельности ОАО «Мукомол» руководству предприятия необходимо внести изменения в организацию и управление сбытом. Для этого необходимо:

- усовершенствовать организационную структуру предприятия и отдела сбыта;
- вести постоянный поиск заказчиков на продукцию, производимую предприятием;
- проанализировать спрос на новые товары, производство которых может быть реализовано предприятием;
- обеспечить эффективную рекламу всех товаров предприятия;
- проводить активную коммерческую деятельность;
- уменьшить производственные издержки и накладные расходы по реализуемым предприятием товарам.

На сегодняшний день статус и роль отдела сбыта ОАО «Мукомол» не соответствуют требуемому рынком уровню. В настоящее время необходимо больше внимания уделять потребностям рынка; осуществлять более глубокую увязку сбыта с исследованиями рынка планированием ассортимента продукции, инструментами коммуникативного микса; предприятие должно стать более активным участником сбыт продукции за счет более широкого

взаимодействия с работниками торговых организаций; проводить переподготовку персонала отдела сбыта в соответствии с изменяющимися рыночными условиями.

Повышение роли сбыта в деятельности ОАО «Мукомол» вызывает необходимость некоторой реорганизации сбытового аппарата и реструктуризации в системе организации и управления деятельностью. ОАО «Мукомол» следует внести изменения в организационную структуру предприятия.

Для этого необходимо: объединить отдел сбыта и отдел маркетинга в единое структурное подразделение «Управление маркетингом»; выделить в отдельное подразделение «Управление логистики» и включить в его состав отдел материально-технического снабжения, отдела отгрузок и транспортный отдел; в управлении маркетинга необходимо выделить следующие группы сбыта, маркетинговых исследований, ценообразования и управления ассортимента.

Кроме указанных изменений в общей организационной структуре предприятия следует также определить наиболее приемлемую структуру отдела сбыта в рамках управления маркетингом. Рекомендуемая организационная структура отдела сбыта зависит от широкого ассортимента выпускаемой продукции, которая объединена в три группы.

Вся ответственность за планирование и разработку стратегий для реализации определенной группы продукции возлагается на управляющего группой продукции. Начальник отдела сбыта организует разработку стратегии сбыта, прогноза и сметы сбыта, мероприятий по рекламе и стимулированию сбыта. Менеджеры же, являясь высококвалифицированными специалистами, компетентными в области характеристик продукции соответствующей группы и имеющие опыт работы с покупателями, осуществляют непосредственные контакты с покупателями и сбытовыми посредниками.

Достоинством такой организации работы отдела сбыта является то, что она дает возможность комплексной координации сбыта по трем основным группам производимой ОАО «Мукомол» продукции.

ОАО «Мукомол» можно попробовать разделить бизнес на три основных направления: производство, дистрибуция, логистика. Разделение бизнеса позволит структурировать затраты, понять их и не допустить их увеличения, несмотря на рост самой компании. При реструктуризации все затраты необходимо разделять на профильные, то есть связанные с дистрибуцией, логистикой и производством продукции, и непрофильные – административные. Последние затраты можно снизить за счет оптимизации численности персонала. ОАО «Мукомол» следует, не затрагивая производство сократить вспомогательный персонал, а также установить жесткий контроль за использованием Интернетом, мобильной связью и так далее.

Хлебобулочные изделия являются продукцией, которая обладает небольшим сроком годности и при длительном хранении теряет качественные показатели. Хранить продукцию можно, но очень непродолжительное время. Этим объясняется то, что на предприятии практически нет складов, продукция сразу поступает в продажу. Следовательно, рынок сбыта продукции ОАО «Мукомол» должен быть достаточно широким и хорошо отлаженным.

Возможные рынки сбыта необходимо тщательно изучать, так как для предприятия важно продать продукцию и получить прибыль. Кроме этого, предприятие имеет возможности выполнять различные специальные заказы, что способствует повышению их репутации среди других предприятий отрасли. Увеличить собственную долю рынка можно только за счет привлечения клиентов конкурентов, что обуславливает ужесточение конкуренции между производителями. Крупные производители начинают борьбу за увеличение доли рынка, активно используя снижение цен, дифференциацию продукции, усиление маркетинговых мероприятий [26, с. 1]. В данных экономических условиях удержать долю рынка мелким предприятиям становится все сложнее, что способствует принятию руководством предприятия решения об

объединении компанией с целью противостояния крупным компаниям, либо о присоединении к ним. Осуществление интеграции является возможность получения эффектов синергии от совместного использования развитых сбытовых сетей объединившихся компаний. Развитие интеграционных процессов между производителями является и возможностью использования хорошо зарекомендовавшей себя марки для продвижения производимого товара на рынке.

Проведенный во второй главе анализ показал, что предприятие должно уделять большое внимание вопросам стимулирования сбыта, и в первую очередь, рекламе. ОАО «Мукомол» можно также использовать личные контакты персонала фирмы с покупателями, создание благоприятной общественной репутации ОАО «Мукомол», подарки, лотереи, конкурсы, выставки и так далее. Для продукции, производимой в ОАО «Мукомол», являющейся товаром широкого повседневного спроса, важна реклама и полезны стимулирование сбыта и пропаганда.

ОАО «Мукомол» может использовать широкий спектр средств продвижения, начиная с рекламы по радио и заканчивая общением продавца и покупателя. Рассмотрим подробнее возможные мероприятия в области продвижения продукции предприятия на рынок.

ОАО «Мукомол» необходимо провести анализ эффективности использования рекламы. Анализ можно провести, например, с использованием таких показателей, как дополнительный объем продаж под воздействием рекламы, рентабельность рекламы и уровень достижения цели рекламы. Это позволит определить наиболее эффективные виды рекламы и пересмотреть рекламный бюджет с целью наиболее эффективного использования финансовых ресурсов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Выпуск и продажа готовой продукции являются основным разделом деятельности промышленного предприятия. В этом цикле формируются такие значимые для пользователей бухгалтерской отчетности показатели, как выручка от продажи, себестоимость проданной продукции и прибыль (убыток) от продажи. Они отражают эффективность основной деятельности хозяйствующего субъекта, его способность к расширению производственного ассортимента, к удовлетворению социальных и материальных потребностей коллектива, к выполнению обязательств перед бюджетом и другими организациями. Операции по продаже готовой продукции являются объектом налогообложения и соответственно основным участком контроля, осуществляемого налоговыми органами (плановый контроль) и аудиторскими фирмами (инициативный контроль).

Учет готовой продукции регулирует ПБУ 5/01 «Учет материально-производственных запасов». Целью учета готовой продукции является своевременное и полное отражение на счетах бухгалтерского учета информации о выпуске и отгрузке готовой продукции в организации. Выпуск готовой продукции из производства оформляется накладными, приемосдаточными актами, спецификациями и другими первичными учетными документами. На поступившую на склад продукцию заводится карточка складского учета, аналогично учету материалов.

Для учета готовой продукции в ОАО «Мукомол» используется счет 43 «Готовая продукция».

Анализ реализации готовой продукции в ОАО «Мукомол» показал, что доля реализации продукции собственного производства в выручке ОАО «Мукомол» снижается, так в 2014 г. она составила – 5,17%, в 2015 г. – 4,78%, а в 2016 г. – 2,18%. Данная тенденция обусловлена увеличением реализации покупной продукции как на внутреннем рынке, так и на рынках

стран ближнего зарубежья. При этом следует отметить, что пик продаж продукции собственного производства приходится на летние месяцы.

Анализ качества продукции собственного производства показал, что по всему ассортименту ОАО «Мукомол» за исключением круп качество растет, о чем свидетельствуют полученные индексы роста качества продукции. Изменения стоимости фактического выпуска продукции за счет изменения сортности всего ассортимента составило 6096,15 тыс. р.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Конституция Российской Федерации [Текст]. – М.: Приор, 2017. – 32 с.
- 2 Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть первая) [Текст]: Федер. закон №51-ФЗ: офиц. текст по состоянию на 18 апреля 2017 г. // СПС «КонсультантПлюс», 2017.
- 3 Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» // «Собрание законодательства РФ», 12.12.2011, [Текст]: Федер. закон № 50-ФЗ: офиц. текст по состоянию на 18 апреля 2017 г. // СПС «КонсультантПлюс», 2017.
- 4 Положение по бухгалтерскому учету материально-производственных запасов – ПБУ 5/01. Утверждено приказом Минфина РФ от 09.06.01 г. №44.
- 5 Положение по бухгалтерскому учету «Доходы организации» – ПБУ 9/99. Утверждено приказом Минфина РФ от 06.05.99 г. № 32.
- 6 Методические указания по бухгалтерскому учету материально-производственных запасов. Утверждены приказом Минфина РФ от 28.12.01 г. №119.
- 7 План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организации и Инструкция по его применению. Утверждены приказом Минфина РФ от 31.10.2010 г. № 94.
- 8 Астахов В.П. Бухгалтерский финансовый учет [Текст]: учебник. М.: Издательский центр «Март», 2015 г. 560 с.
- 9 Безруких П.С. Бухгалтерский учёт [Текст]: учебник. М.: «Бухгалтерский учёт», 2014 г. 389 с.
- 10 Бороненкова С.А. Управленческий анализ: Учеб. пособие [Текст]: учебник. М.: Финансы и статистика, 2012. 384 с.
- 11 Вакуленко Т.Г. Фомина Л.Ф. Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности для принятия управленческих решений [Текст]: учеб. пособие. М.: С-П., 2014. 312 с.

- 12 Ерофеева В.А., Пискунов В.А., Битюкова Т.А. Аудит [Текст]: учебник. М.: Юрайт, 2010. 638 с.
- 13 Иванова Н.В. Бухгалтерский учет [Текст]: учебник. М: Издательский центр «Академия», 2012 г. 346 с.
- 14 Каморджанова Н.А. Бухгалтерский финансовый учет [Текст]: учебник. СПб.: Питер, 2011. 480 с.
- 15 Камышанов П.И. Бухгалтерский финансовый учет [Текст]: учебник. М.: Омега-Л, 2012. 587 с.
- 16 Касьянова Г.Ю. Главная книга бухгалтера [Текст]: учебник. М.: АБАК, 2013. 864 с.
- 17 Климова М.А. Бухгалтерский учет: пособие для переподготовки и повышения квалификации бухгалтеров [Текст]: учебник. М.: Бератор-Пресс, 2013. 621 с.
- 18 Кондраков Н.П. Бухгалтерский учет [Текст]: учебник. Москва: ИНФРА-М, 2012. 715 с.
- 19 Козлова Е.П., Бабченко Т.Н., Галанина З.Н., «Бухгалтерский учет в организациях» [Текст]: учебник. М.: Финансы и статистика, 2011. 800 с.
- 20 Кондраков Н.П. Бухгалтерский учет [Текст]: учебное пособие 4-е издание, перераб. и доп. М: ИНФРА-М, 2012. 640 с.
- 21 Мерзликина Е.М., Никольская Ю.П. Аудит [Текст]: учебник. М.: Инфра-М, 2007. 368 с.
- 22 Пласкова Н.С. Стратегический и текущий экономический анализ [Текст]: учебник. М.: Эксмо, 2010. 640 с.
- 23 Пошерстник Н.В. Бухгалтерский учет на современном предприятии [Текст]: учебник. М.: Проспект, 2010. 560 с.
- 24 Пястолов С.М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности [Текст]: учебник. М.: Академия, 2012. 384 с.
- 25 Рыбин В.И. Анализ хозяйственной деятельности предприятий [Текст]: учебник. М.: «Финансы», 2011. 351с.

26 Сапожникова Н.Г. Бухгалтерский учет [Текст]: учебник. М.: Кнорус, 2012. 480 с.

27 Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия [Текст]: учебник. Москва ИНФРА-М, 2012. 335 с.

28 Сорокина Е.М. Анализ денежных потоков. Теория и практика в условиях реформирования Российской экономики [Текст]: учебник. М.: Финансы и статистика, 2012. 176 с.

29 Толпегина О.А., Толпегина Н.А. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности [Текст]: учебник. М.: Юрайт, 2013. 672 с.

30 Торшаева Ш.М. Теория бухгалтерского учета [Текст]: учебник. М.: 2010. 115 с.