

УДК 338:657

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Бондарчук Н.В., Гончаров Т.Т.

Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет

У статті визначено основні проблеми, які виникають при веденні управлінського обліку реалізації продукції. Основними проблемами, які виникають при веденні управлінського обліку реалізації продукції є: оплата за реалізовану продукцію покупцям; неефективна робота бухгалтерської служби на підприємствах; наявність недостовірної інформації про собівартість продукції. Для вирішення проблем запропоновано модель організації управлінського обліку та контролю реалізації продукції. Реалізація даної моделі буде сприяти становленню та удосконаленню ведення управлінського обліку на сільськогосподарських підприємствах, а також допомагати раціональніше та ефективніше організувати роботу осіб, які готують необхідну інформацію для прийняття управлінських рішень. В статті розглянуто можливості використання ABC – аналізу та XYZ – аналізу як засобу управління в процесі реалізації продукції на сільськогосподарському підприємстві.

Ключові слова: облік, управлінський облік, реалізація продукції, ABC – аналіз, XYZ – аналіз.

Постановка проблеми. В сучасних економічних умовах господарювання облік готової продукції, її реалізація є одним з ключових моментів в процесі діяльності сучасного підприємства, а отримання максимального прибутку за рахунок реалізації продукції є головною метою будь-якого підприємства.

Від правильного та раціонально організованого управлінського обліку реалізації продукції залежить своєчасне виявлення та усунення недоліків розвитку підприємства, виявлення резервів для поліпшення фінансового стану господарюючого суб'єкта та забезпечення його фінансової стійкості. З цією метою на підприємствах слід впроваджувати управлінський облік готової продукції та її реалізації, що є найважливішим способом досягнення економічної вигоди в їх діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми організації обліку та її реалізації розглянуто в працях науковців, таких як: П.І. Атамаса, Ф.Ф. Бутинця, С.Ф. Голова, А.М. Герасимовича, Л. Нападівської, Я. Крупки, І. Бланка, З. Задорожного та ін.

Формулювання цілей статті. Метою статті є виявлення шляхів удосконалення управлінського обліку реалізації продукції в сільськогосподарському підприємстві.

Виклад матеріалу дослідження. Вирішення проблем фінансового обліку та удосконалення управлінського обліку реалізації продукції в сучасних умовах жорсткої економії і ресурсозбереження можливе лише за наявності у керівництва підприємства конкретної, повної, правдивої, об'ємної інформації про фактори, які впливають на зменшення витрат на виробництво готової продукції, а також майбутні доходи від її реалізації. Одне з головних завдань кожного підприємства є підвищення якості продукції, що залежить від якості сировини виробництва та стимулювання працівників і вимог споживачів [8]. Для цього потрібно визначити витрати на реалізацію готової продукції для планування й обліку конкретної ділянки; розробити та застосовувати сучасну методику підрахунку, а також порядок визначення результатів господарської діяльності.

Головними проблемами ведення управлінського обліку реалізації продукції в сільськогосподар-

ському підприємстві є наступні. По-перше, існує проблема в обліку оплати за реалізовану продукцію, виконані роботи і надані послуги. Адже майже кожне підприємство стикалося з ситуацією, коли доводилося реалізовувати продукцію або виконувати роботу з відстрочкою платежу і потім боротися з недобросовісними покупцями, які затримують оплату. Власники підприємства зацікавлені в тому, щоб знати, як правильно організувати роботу по стягненню дебіторської заборгованості, яка виникає в таких випадках.

По-друге, робота бухгалтерської служби на підприємствах. Програма системи контролю обліку готової продукції повинна включати в себе опис етапів перевірки, об'єктів і процедур перевірки. Однією з головних цілей контролю над готовою продукцією є об'єктивна оцінка правдивості, своєчасності і повноти відображення в обліку та звітності виручки від реалізації, собівартості реалізованої готової продукції, різних витрат і прибутку (збитку) від продажу.

Наприклад, до проблем внутрішнього контролю можна віднести: неодноразове дублювання і відсутність поділу обов'язків між працівниками; вирішення певних господарських операцій і брак відповідного контролю; відсутність належного контролю при оформленні та укладанні господарських договорів; спеціальне порушення порядку контролю посадовими особами; навмисні порушення системи обліку працівниками, відповідалними за підготовку первинної документації; фальсифікацію або підміну бухгалтерських записів; відсутність єдиної класифікації виробничого результату, що зменшує можливість точного визначення об'єктів бухгалтерського обліку [6].

Не менш важливою проблемою виробництва і реалізації готової продукції на підприємстві є отримання достовірної інформації про собівартість продукції. Якщо собівартість продукції відображається неповністю, то результатом цього є зниження ефективності контролю та відповідне зниження конкурентоспроможності і рентабельності продукції.

Отже, першочергове значення при прийнятті управлінських рішень з реалізації продукції мають якість та змістовність необхідної інформації. Концепція інформаційного забезпечення – це го-

ловний чинник для ефективного ведення управлінського обліку. Головні управлінські рішення по реалізації продукції повинні бути спрямовані на покращення якості продукції, зменшення витрат на її виробництво, збільшення обсягів продажу, оптимізацію асортименту продукції та зміцнення своєї частки на ринку.

Для досягнення поставлених цілей в сільськогосподарських підприємствах необхідно належним чином організувати управлінський облік. На рис. 1 зображена модель організації управлінського обліку реалізації продукції на підприємстві.

Дана модель сприяє поліпшенню управлінського обліку, а також допомагає раціональніше та ефективніше організувати роботу осіб, які готують необхідну інформацію для прийняття управлінських рішень. Це, в свою чергу, допоможе оперативно накопичувати відповідні бази даних про наслідки господарської діяльності та використовувати їх для формування, редагування і друку вихідних документів, квартальних, піврічних і річних звітів, а також надавати інформаційні послуги відповідним організаціям, ланкам управління щодо ефективності роботи підприємства.

Дана модель показує, що для прийняття управлінських рішень з обліку реалізації продукції в сучасному сільськогосподарському підприємстві необхідно належним чином організувати планування та контроль, які в свою чергу потребують належної статистичної, бухгалтерської, оперативно-технічної інформації та аналізу реалізації продукції.

Облік реалізації продукції включає в себе не тільки дотримання завдань, при виконанні яких забезпечується результативний та прогресивний облік виробництва та реалізації готової продукції за певний період, а також контроль за своєчасним відвантаженням готової продукції покупцям.

Однією із складовою моделі є аналіз реалізації продукції. Реалізація готової продукції займає головне місце в процесі управління сучасним підприємством. Розробка плану за обсягом реалізації готової продукції є важливою складовою в плануванні діяльності підприємства і його розвитку. Аналіз виконання такого плану допомагає визначити, наскільки продуктивною була робота відділу продажу у звітному періоді, а також, наскільки обґрунтованими були рішення при складанні плану [6].

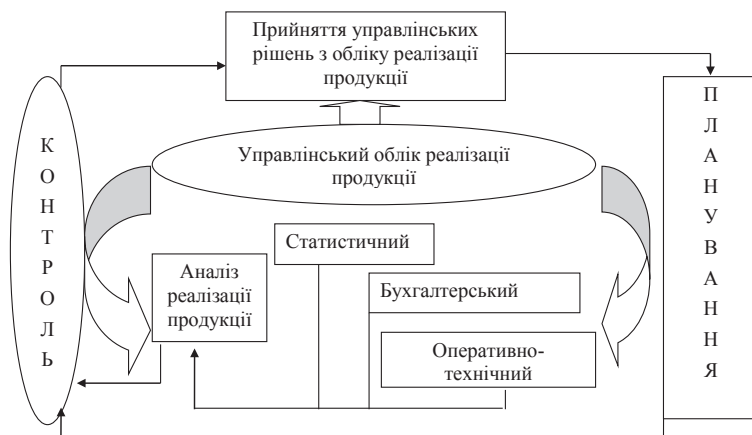


Рис. 1. Модель організації управлінського обліку реалізації продукції на підприємстві

Для цього необхідно порівняти фактичні обсяги продажу за обраний період часу з планом і фактичними показниками за попередній період. Чим більший приріст обсягів продажу у звітному періоді в порівнянні з попереднім, тим більше відсоток виконання плану, тим ефективніше робота, пов'язана з реалізацією готової продукції.

Для проведення аналізу ми обрали обсяг реалізованої продукції в сільськогосподарському підприємстві «Х» (табл. 1).

Таблиця 1

Аналіз виконання плану за обсягом реалізованої продукції

Продукція	Підсумки 2014 р. факт	Підсумки 2015 р. план	Підсумки 2015 р. факт	2015 р. до 2014 р. у %	Відсоток виконання плану, %
Пшениця озима	19562	56505	11405	58,30	20,18
Кукурудза на зерно	20811	21958	19571	94,04	89,13
Ячмінь озимий	-	2099	1756	-	83,66
Ячмінь ярий	15202	9644	9614	63,24	99,69
Овес	2058	2915	309	15,01	10,60
Просо	31	232	232	748,34	100,00
Соняшник	23174	27230	27200	117,39	99,89
Баштанні продовольчі	275	100	100	36,36	100,00
Разом	81 113	120683	70187	86,53	58,15

Як свідчать дані таблиці 1, фактичний обсяг реалізованої сільськогосподарської продукції підприємства «Х» у 2015 році нижчий за запланованого у цьому ж періоді на 13,4%. План виконано тільки на 58,15%. Проведемо аналіз змін в кожній позиції сільськогосподарської продукції, яка реалізується. Так, за досліджуваний період збільшились обсяги реалізованої продукції за такою продукцією як: соняшник – 17, 37%, просо – майже в 5 разів. Майже за всією продукцією план виконано, окрім такої продукції, як пшениця озима (20% виконання плану), овес (11%). Така ситуація пов'язана з тим, що підприємство затримує реалізацію продукції до тих пір, доки не буде вигідна ціна продажу на ринку.

Оскільки рентабельність продукції показує, наскільки прибутковою є кожна позиція асортиментного ряду і вся продукція в цілому, то для проведення аналізу рентабельності асортименту реалізованої продукції доцільно використати АВС-аналіз і XYZ-аналіз.

АВС-аналіз – метод, що дозволяє класифікувати товарні запаси підприємства за ступенем їх важливості шляхом ділення на три категорії. Найбільш цінні товари займають 20% товарних запасів та складають 80% продажу, позначають літерою А. Такі товари завжди повинні бути присутніми в асортименті. Якщо в якості параметру в аналізі використовують обсяг продажу, то в дану групу входять лідери продажу за кількістю.

Товари, які відносяться до групи В складають 30% товарних запасів та 15% продажу. Ці товари середнього ступеня важливості. С – найменш цінні товари. Товари групи С складають 50% товарних запасів та лише 5% продажу. Це найменш важливі товари і є претендентами на виключення з асортименту, а також в дану групу відносять товари-новинки. На основі такого аналізу можна зробити висновок про рентабельність того чи іншого товару в лінійці продукції підприємства [3].

Ідея АВС-аналізу будується на основі принципу Парето, який формулюється так: «20% зусиль дають 80% результату, а інші 80% зусиль – лише 20% результату», тобто 20% всіх товарів дають 80% обороту [1].

Для визначення груп А, В і С необхідно розрахувати частку продажу по кожній позиції асортиментного ряду в загальному обороті, розрахувати ці частки накопичувальним підсумком і привласнити значення груп по кожному виду продукції (табл. 2).

Таблиця 2

Проведення АВС-аналізу за даними про продаж продукції за 2015 р.

Продукція	2015 р.	Частка в обігу, %	Частка в обігу за накопичувальним підсумком, %	Група
Соняшник	27200	38,75	38,75	А
Кукурудза на зерно	19571	27,88	66,64	В
Пшениця озима	11405	16,25	82,89	С
Ячмінь ярий	9614	13,70	96,58	С
Ячмінь озимий	1756	2,50	99,09	С
Овес	309	0,44	99,53	С
Просо	232	0,33	99,86	С
Баштанні продовольчі	100	0,14	100,00	С
Разом	70187	100,00	-	-

Таким чином, до групи А увійшов обсяг продажу, сума частки з накопичувальним підсумком яких склав перші 40% від загального обсягу обігу, наступні 22% від загальної суми обороту утворили групу В, і всі інші попали до групи С.

XYZ-аналіз – математично – статистичний метод, який дозволяє проаналізувати і спрогнозувати стабільність продажу окремих видів товарів і коливання рівня їх споживання [1]. Метою XYZ-аналізу є поділ товарів по групах, в залежності від попиту і точності прогнозування. Метод даного аналізу полягає в розрахунку для кожної товарної позиції коефіцієнта варіації або коливання витрат. Цей коефіцієнт показує відхилення витрат від середнього значення і виражається у відсотках. Параметрами можуть бути: обсяг продажу (кількість), виручка від реалізації, сума реалізованої торговельної націнки.

Метод XYZ-аналізу схожий з АВС – аналізом і ґрунтується на тому ж принципі – товари поділяються на три групи X, Y і Z, виходячи із значення коефіцієнта варіації за певний проміжок часу. Цей аналіз ділить об'єкти за ступенем відхилення від середнього показника, який вираховується за кілька періодів [1]. Розрахунки для

визначення відповідної групи товару представлені в таблиці 3.

Таблиця 3

Результати XYZ – аналізу

Група	Обсяг продажу, ц	Частка продажу, %	Кількість найменувань продукції, од.
X	67790	96,6	4
Y	100	0,1	1
Z	2297	3,3	3
Разом	70187	100	8

Група визначалася виходячи з рекомендованого розподілу: X – коефіцієнт варіації менше 10%; Y – коефіцієнт варіації від 10 до 25%; Z – коефіцієнт варіації понад 25%.

Таблиця 4

Об'єднання результатів АВС- и XYZ- аналізів

Продукція	2015 р.	Частка в обігу, %	Частка в обігу за накопичувальним підсумком, %	АВС – Група	XYZ – група	Об'єднання
Соняшник	27 200	38,75	38,75	А	Х	АХ
Кукурудза на зерно	19 571	27,88	66,64	В	Х	ВХ
Пшениця озима	11 405	16,25	82,89	С	Х	СХ
Ячмінь ярий	9 614	13,70	96,58	С	Х	СХ
Ячмінь озимий	1 756	2,50	99,09	С	З	СЗ
Овес	309	0,44	99,53	С	З	СЗ
Просо	232	0,33	99,86	С	З	СЗ
Баштанні продовольчі	100	0,14	100,00	С	У	СУ
Разом	70 187	100,00	-	-	-	-

В результаті об'єднання утворюються 4 групи продукції. Продукція груп АХ (соняшник) і ВХ (кукурудза на зерно) відрізняє високий товарообіг і стабільність – це найбільш прибуткові товари, тому необхідно стежити за їх наявністю на складі готової продукції.

Продукція групи С є менш рентабельною. Однак продукція даної групи не може бути вилучена з асортиментного ряду, оскільки, в цілому, обсяги продажу є стабільними і у своїй цінній категорії продукція класу С є конкурентоспроможною. Наявність цієї групи слід постійно контролювати та аналізувати, адже іноді продукція цієї групи стає неліквідною.

Висновки. Узагальнюючи результати проведеного нами дослідження, було проаналізовано проблеми управлінського обліку та шляхи їх вирішення. Можна, передусім, зробити висновок про те, що в сучасних умовах постає гостра потреба у зміні підходів до управління підприємством. Саме тому важливого значення набуває впровадження та ведення управлінського обліку на підприємстві. Запропонована модель організації управлінського обліку реалізації продукції на підприємстві сприятиме поліпшенню управлінського обліку, а також допоможе раціональніше та ефективніше організувати роботу осіб, які готують необхідну інформацію для прийняття управлінських рішень.

Окрім того з метою підвищення інформативності даних на підприємстві доцільно проводити ABC-аналіз та XYZ-аналіз, що дозволить визначити прибутковість кожної позиції асортиментного ряду і всієї продукції сільськогосподарського підприємства.

Список літератури:

1. Бодряков Р.Е. ABC и XYZ: – составление и анализ итоговой матрицы. [Электронный ресурс] / Р.Е. Бодряков. – Режим доступа. – URL: <http://www.rombcons.ru/logistik2.htm>
2. Бутинець Ф.Ф. Бухгалтерський управлінський облік / [Ф.Ф. Бутинець, Т.В. Давидюк, Н.М. Малюга, Л.В. Чижевська]. – Житомир: ПП «Рута», 2002. – 480 с.
3. Васильєва Л.М. Методи і моделі прийняття рішень в аналізі та аудиті / Васильєва Л.М., Бондарчук Н.В., Бондарчук О.П. – Дніпропетровськ: Вид-во «Свідлер А.Л.», 2010. – 232 с.
4. Голов С.Ф. Управлінський облік. Підручник / С.Ф. Голов. – К.: Лібра, 2004. – 704 с.
5. Економічний аналіз: [навч. посіб.] / [М.А. Болюх, В.З. Буриєвський, М.І. Горбаток та ін.]; за ред. М.Г. Чумаченка. – К.: КНЕУ, 2003 – 556 с.
6. Жмур Н.М. Удосконалення обліку готової продукції та її реалізації / Н.М. Жмур // Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємництво». – 2007. – № 2. – С. 301–304.
7. Пушкар М.С. Фінансовий облік / М.С. Пушкар. – Тернопіль: Карт-бланш, 2006. – 628 с. 3. Фінансовий облік: [навч. посіб.]; за ред. [В.К. Орлової, М.С. Орлів, С.В. Хоми]; 2-ге вид., доп. і перероб. – К.: ЦНЛ, 2010. – 510 с.
8. Саввон О.О. Удосконалення обліку готової продукції та її реалізації / О.О. Саввон // Держава та регіони. – 2007. – № 3. – С. 321–324.

Бондарчук Н.В., Гончаров Т.Т.

Днепропетровский государственный аграрно-экономический университет

УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Аннотация

В статье определены основные проблемы, возникающие при ведении управленческого учета реализации продукции. Основными проблемами, которые возникают при ведении управленческого учета реализации продукции являются: оплата за реализованную продукцию покупателям; неэффективная работа бухгалтерской службы на предприятиях; наличие недостоверной информации о себестоимости продукции. Для решения обозначенных проблем предложена модель организации управленческого учета и контроля реализации продукции. Реализация данной модели будет способствовать становлению и совершенствованию ведения управленческого учета на сельскохозяйственном предприятии, а также помогать рационально и эффективно организовать работу лиц, которые готовят необходимую информацию для принятия управленческих решений.

В статье рассмотрены возможности использования ABC – анализа и XYZ – анализа как средства управления в процессе реализации продукции на сельскохозяйственном предприятии.

Ключевые слова: учет, управленческий учет, реализация продукции, ABC – анализ, XYZ – анализ.

Bondarchuk N.V., Honcharov T.T.

Dnipropetrovsk State Agrarian and Economic University

IMPROVEMENT OF PRODUCT SALES MANAGEMENT ACCOUNTING IN FARM BUSINESS

Summary

The article identified the basic problems that arise in the course of product sales management accounting. The main problems that arise in the course of product sales management accounting are: customers' payments for the products sold; inefficient work of the accounting department at enterprises; availability of false information on the production cost. To solve the problem, the model of management accounting organisation and product sales control was proposed. The implementation of this model will promote the development and improvement of management accounting in farm business and help organizing the work of people that prepare the necessary information to make managerial decisions more rationally and efficiently. The article deals with the possibility of using the ABC – analysis and XYZ – analysis as a management method in the course of product sales in farm business.

Keywords: accounting, management accounting, product sales, ABC – analysis, XYZ – analysis.