

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

Факультет обліку та податкового менеджменту

Кафедра бухгалтерського обліку та консалтингу

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «Облік і аудит»

Спеціальність: 071 «Облік і оподаткування»

Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»

Форма навчання: очна (денна)

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему: **«Облік і аналіз процесу реалізації готової продукції (робіт, послуг)
в ПАТ «КИЇВХЛІБ»**

здобувача

Блінської Діани Сергіївни

Науковий керівник: к.е.н., доцент Кірданов М. Г.

**Робота допущена до захисту перед екзаменаційною
комісією з атестації здобувачів вищої освіти (ЕК)**

В. о. завідувача кафедри: к.е.н., доцент Коршикова Р.С.

Київ – 2023

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна бакалаврська робота містить 65 сторінок, 8 таблиць, 11 рисунків, список використаних джерел з 42 найменувань, додатки.

«Облік і аналіз процесу реалізації готової продукції (робіт, послуг) в ПАТ «КИЇВХЛІБ»

Об'єктом дослідження є процес реалізації готової продукції в ПАТ «КИЇВХЛІБ».

Предметом дослідження є теоретичні основи та організаційні і методичні аспекти обліку та аналізу реалізації готової продукції в ПАТ «КИЇВХЛІБ».

Мета дослідження. Дослідити сутність готової продукції як облікової категорії, зміст нормативного регулювання обліку реалізації готової продукції, розкрити особливості методики обліку реалізації готової продукції, провести аналіз реалізації готової продукції, сформулювати пропозиції щодо удосконалення обліку реалізації готової продукції та визначити резерви збільшення реалізації готової продукції ПАТ «КИЇВХЛІБ».

Відповідно до поставленої мети були визначені такі *завдання*:

- розглянути економічну сутність, класифікацію та оцінку готової продукції;
- визначити завдання обліку процесу реалізації готової продукції на підприємствах;
- розкрити зміст нормативного регулювання обліку готової продукції та її реалізації;
- надати загальну характеристику фінансового-господарської діяльності ПАТ «КИЇВХЛІБ»;
- розкрити процес документального оформлення реалізації готової продукції на досліджуваному підприємстві;
- розкрити методику синтетичного та аналітичного обліку реалізації готової продукції на підприємстві;

- провести аналіз процесу реалізації готової продукції в ПАТ «КИЇВХЛІБ»;
- виявити основні проблеми, які виникають у процесі реалізації готової продукції (робіт, послуг) та її обліку в ПАТ «КИЇВХЛІБ» та виявити можливі шляхи їх розв’язання.

Теоретична, методична та практична значущість отриманих результатів.

В кваліфікаційній бакалаврській роботі розглянуто економічну сутність, історичні та сучасні підходи до визначення поняття готової продукції, підходи до її класифікації та оцінки. Розкрито завдання обліку процесу реалізації готової продукції на підприємствах, порядок його документування та відображення в системі бухгалтерського обліку. Здійснено практичне аналітичне дослідження процесу реалізації готової продукції підприємства та сформовано відповідні висновки та рекомендації, визначено проблеми та наведено рекомендації щодо удосконалення обліку реалізації готової продукції суб’єкта господарювання.

Рік виконання кваліфікаційної бакалаврської роботи: 2023.

Рік захисту роботи: 2023.

Ключові слова: готова продукція, оцінка, реалізація, первинні документи, облік процесу реалізації, аналіз процесу реалізації.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ ОСНОВИ ОБЛІКУ РЕАЛІЗАЦІЇ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ В ПАТ «КИЇВХЛІБ».....	7
1.1. Економічна сутність, класифікація та оцінка готової продукції.....	7
1.2. Завдання обліку процесу реалізації готової продукції на підприємствах.....	18
1.3. Нормативне регулювання обліку готової продукції та її реалізації.....	21
1.4. Вплив особливостей діяльності ПАТ «КИЇВХЛІБ» на організацію обліку реалізації готової продукції.....	23
РОЗДІЛ 2. МЕТОДИКА ОБЛІКУ ТА АНАЛІЗ РЕАЛІЗАЦІЇ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ В ПАТ «КИЇВХЛІБ».....	35
2.1. Документальне оформлення реалізації готової продукції.....	35
2.2. Синтетичний та аналітичний облік реалізації готової продукції.....	39
2.3. Аналіз процесу реалізації готової продукції.....	48
ВИСНОВКИ.....	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	61
ДОДАТКИ.....	66

ВСТУП

Актуальність теми. Дана тема актуальна, оскільки наша держава активно працює над підтримкою підприємництва та стимулюванням економічного зростання. Крім того, реалізація готової продукції має прямий вплив на фінансові показники підприємства, тому бухгалтерський облік та аналіз процесу реалізації готової продукції є невід'ємною частиною успішного управління суб'єктом господарювання і дослідження особливостей обліку цього процесу є актуальним для досягнення фінансової стабільності та рентабельності. Таким чином, оптимізація процесу реалізації готової продукції стає важливим фактором для підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дану тематику було розкрито багатьма науковцями у свої роботах, зокрема, такими як Бутинець Ф.Ф., Візіренко С.В., Сопко В.В., Ткаченко Н.М., Шваб Л.І., Агаркова О.В., Макарова О.С., Садовська І.Б., Писаренко Т.М., Сук Л.К., Сук П.Л., Зінкевич О.В., Левицька С.О., Мосійчук М.М., Шара Є.Ю. та ін. Вони визначили економічну сутність готової продукції, особливості організації обліку реалізації готової продукції, приділили увагу удосконаленню обліку даного процесу тощо. Їх роботи стали основою для написання цієї кваліфікаційної роботи та є підґрунтям подальшого дослідження.

Мета і завдання дослідження. Ця кваліфікаційна бакалаврська робота має на меті дослідити сутність готової продукції як облікової категорії, зміст нормативного регулювання обліку реалізації готової продукції, розкрити особливості методики обліку реалізації готової продукції, провести аналіз реалізації готової продукції, сформулювати пропозиції щодо удосконалення обліку реалізації готової продукції та визначити резерви збільшення реалізації готової продукції ПАТ «КИЇВХЛІБ».

Для досягнення поставленої мети в роботі були поставлені наступні завдання:

- розглянути економічну сутність, класифікацію та оцінку готової продукції;

- визначити завдання обліку процесу реалізації готової продукції на підприємствах;
- розкрити зміст нормативного регулювання обліку готової продукції та її реалізації;
- надати загальну характеристику фінансово-господарської діяльності ПАТ «КИЇВХЛІБ»;
- розкрити процес документального оформлення реалізації готової продукції на досліджуваному підприємстві;
- розкрити методику синтетичного та аналітичного обліку реалізації готової продукції на підприємстві;
- провести аналіз процесу реалізації готової продукції на ПАТ «КИЇВХЛІБ»;
- виявити основні проблеми, які виникають у процесі реалізації готової продукції (робіт, послуг) в ПАТ «КИЇВХЛІБ» та виявити можливі шляхи їх розв'язання.

Об'єктом дослідження є процес реалізації готової продукції в ПАТ «КИЇВХЛІБ».

Предметом дослідження є теоретичні основи та організаційні і методичні аспекти обліку та аналізу реалізації готової продукції в ПАТ «КИЇВХЛІБ».

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети були використані такі методи: аналіз для ознайомлення з літературними джерелами; спостереження для того, щоб зібрати інформацію про організаційну структуру підприємства «КИЇВХЛІБ», функціональні процеси та інші аспекти, що стосуються процесу реалізації готової продукції; розрахункові для того, щоб розрахувати динаміку та структуру основних показників діяльності підприємства; метод аналогії для порівняння суб'єкта господарювання з іншими підприємствами в одній галузі; аналіз даних, що вдалось зібрати для виявлення проблемних зон та можливостей усунення проблем; метод індукції для одержання загального висновку по

фінансовому стану досліджуваного підприємства та процесу реалізації на ньому; узагальнення для формування висновку дослідження.

Теоретична, методична та практична значущість отриманих результатів.

Цінність отриманих результатів визначається таким:

- теоретична значущість – полягає в уточненні та розширенні теоретичних знань щодо обліку та аналізу процесу реалізації готової продукції в контексті конкретного підприємства. Результати цього дослідження можуть бути використані для розвитку наукових підходів та концепцій у галузі обліку та аналізу процесів реалізації продукції, а також допомогти у розумінні факторів, що впливають на ефективність даного процесу;
- методична значущість – полягає в розробці та апробації практичних рекомендацій щодо методики обліку та аналізу процесу реалізації готової продукції;
- практична значущість – полягає в тому, що результати даного дослідження можуть бути використані підприємством ПАТ «КИЇВХЛІБ» для удосконалення обліку та аналізу процесу реалізації готової продукції. Рекомендації, розроблені на основі дослідження, можуть дозволити оптимізувати процес реалізації готової продукції підприємства, знизити витрати, підвищити продуктивність та конкурентоспроможність компанії.

Результати дослідження були апробовані на науково-практичній конференції:

— VIII Всеукраїнська науково-практична студентська конференція «Облік, аналіз, аудит та оподаткування: сучасні концепції розвитку» (м. Київ, 11 травня 2023 року); («Основні проблеми обліку реалізації готової продукції»).

Інформаційною базою дослідження є праці вітчизняних і зарубіжних науковців та економістів на тему реалізації готової продукції та її обліку, законодавчі та нормативні акти, що регулюють облік реалізації готової продукції, статистичні дані Державної служби статистики України, аналітичні матеріали про досліджуване підприємство з сайту YouControl, фінансові звіти ПАТ «КИЇВХЛІБ» за 2019-2021 роки.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ ОСНОВИ ОБЛІКУ РЕАЛІЗАЦІЇ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ В ПАТ «КИЇВХЛІБ»

1.1 Економічна сутність, класифікація та оцінка готової продукції

Одним із важливих аспектів діяльності суб'єкта господарювання є готова продукція, яка є одним із джерел доходу підприємства. Ефективне виробництво та продаж конкурентоздатної продукції має вирішальне значення для успішного функціонування підприємства. Для цього процес обліку готової продукції повинен охоплювати широкий спектр даних, включаючи обсяг, доходи, асортимент, сегменти ринку, попит, ціни, маркетингові витрати та витрати на канали збуту. Усі ці фактори є важливими для ефективного управління процесом продажів. Тому вкрай необхідно, щоб кожне підприємство вело чіткий, достовірний облік та аналіз готової продукції.

Відповідно до Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 9 «Запаси», готова продукція класифікується як запаси підприємства та є продукцією, що виготовляється самостійно на підприємстві. Вона призначена для продажу і повинна повністю відповідати заздалегідь визначеним договором технічним та якісним вимогам [1].

Згідно з Інструкцією №291 продукція, яка пройшла усі етапи технологічної обробки, комплектації та випробувань, відповідає технічним умовам і стандартам, передбаченим у договорі із замовником, вважається готовою продукцією [2].

Щоб дослідити теоретизування поняття, розгляньмо деякі підходи, використані різними науковцями у їхніх спробах визначити поняття «готова продукція» (Додаток А).

Більшість авторів, такі як Сопко В.В., Ткаченко Н.М., Шваб Л.І., Сук Л.К., Сук П.Л., Зінкевич О.В., Левицька С.О., Мосійчук М.М., Нагавичко І.П., Немкович О.Б. розглядають готову продукцію з однакової точки зору, визначаючи її як

продукт, що успішно завершив усі етапи технологічного процесу і готовий для зберігання на складі або для попереднього замовника. Однак кожен автор дає своє розуміння того, що включає в себе готова продукція.

На їхню думку, «готова продукція» – це кінцевий результат роботи підприємства, який є готовим до використання та відповідає встановленим стандартам. Для того, щоб продукція була визнана «отовою», вона повинна успішно пройти всі етапи технологічної обробки та бути перевіреною технічним контролем підприємства. Також, її необхідно здати на зберігання на склад або передати покупцеві відповідно до установлених правил та процедур. Сопко В.В. та Ткаченко Н.М. вважають, що це може бути напівфабрикатом, виробом, а також послугою чи роботою [3; 4]. Про послуги та роботи більш розширено висловились Ткаченко Н.М.

Схожу думку висловлює Шваб Л.І., але під розуміння того, що охоплює в собі готова продукція, має на увазі готові вироби [5].

Писаренко Т.М. зазначає, що «готова продукція є об'єктом облікової системи промислового підприємства, яка включає організаційні інструменти для обліку виробництва та продажу продукції» [6, с. 239]. Цей об'єкт визначається в процесі виробництва та продажу продукції та має на меті досягнення основної мети функціонування підприємства. Облік «отової продукції» є необхідним для ефективного контролю виробництва та продажу продукції, а також для прийняття стратегічних рішень.

Серед економістів і бухгалтерів немає загальної згоди щодо визначення «отової продукції», але аналіз трактування науковцями поняття «готова продукція» дає змогу виділити спільні риси, що відображають економічну сутність «отової продукції» (рис. 1.1).

Вважаю, що найбільш прийнятною є така дефініція: «готова продукція» – це кінцевий результат виробництва, який відповідає всім технічним стандартам і може бути проданий споживачам. Сюди відноситься продукція, яка пройшла кінцеву обробку, випробування, приймання та укомплектування згідно з вимогами договору.

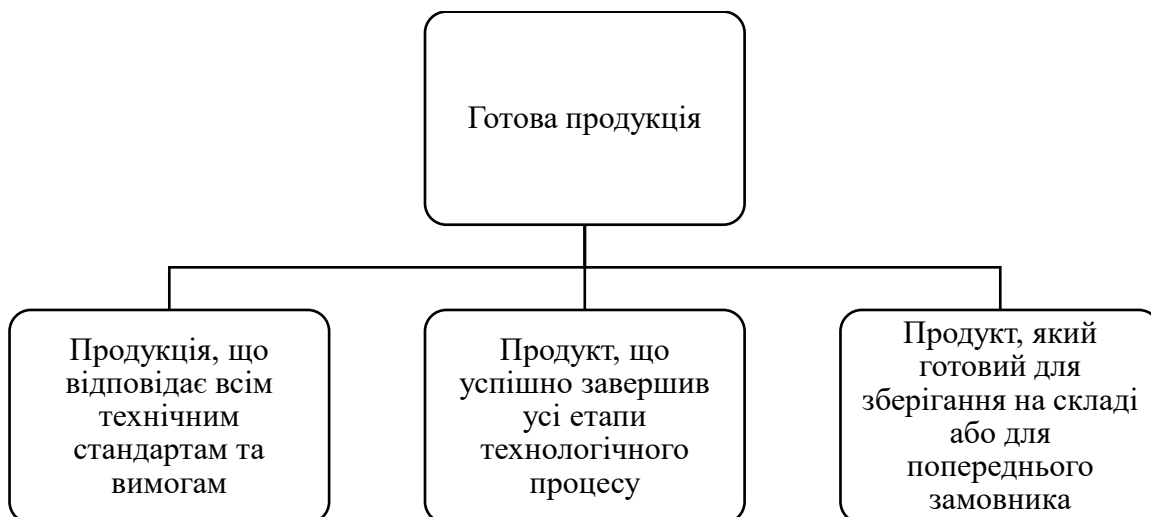


Рисунок 1.1 – Спільні риси, визначені науковцями щодо поняття «готова продукція»

Джерело: побудовано автором за інформацією [3, с. 152; 4, с. 671; 5, с. 23; 6, с. 239; 7, с. 407; 8]

Готова продукція може бути фізичною або нематеріальною. Фізична готова продукція – це матеріальні товари, які можуть бути продані й перевезені до місця придбання. Наприклад, це можуть бути автомобілі, меблі, техніка, харчові продукти тощо. Нематеріальна готова продукція – це послуги, які надаються споживачам, наприклад, консультації, транспортні послуги, послуги охорони, послуги з обслуговування та інші. Такий тип продукції має назву «роботи та послуги».

Отже, можна зробити такий висновок, що готова продукція – це виріб (послуга або робота), що пройшла обробку, відповідає всім технічним стандартам та вимогам і готова для подальшої реалізації кінцевому споживачу. Однак зазначу, що відповідно до НП(С)БО 9, послуги та роботи не належать до складу готової продукції.

Вироблена продукція є відображенням економічної діяльності підприємства, в якому вона була виготовлена. Кінцевий результат є плодом праці різних відділів, зокрема виробництва, маркетингу, збуту та інші. Таким чином, готова продукція відіграє вирішальну роль у процесі створення репутації бізнесу та має велике значення для економічного прогресу країни в цілому.

Щоб краще зрозуміти організацію обліку готової продукції, варто навести її класифікацію. Класифікація готової продукції – це процес розподілу продукції за її властивостями та ознаками, що використовується для подальшого контролю якості, планування виробництва, організації збуту та статистичного обліку.

Характеристика готової продукції є основним критерієм для її класифікації. За цим критерієм готову продукцію можна класифікувати за формою, ступенем готовності та складністю процесу виробництва (технологічною складністю) (рис. 1.2).



Рисунок 1.2 – Класифікація готової продукції [9, с. 268]

Отже, за ступенем готовності продукцію поділяють на готову, напівфабрикати та неготову (незавершене виробництво). Готова – це та продукція, яка пройшла всю обробку, готова до продажу споживачу і відповідає всім вимогам по договору з замовником. Напівфабрикати – це вироби, які ще не пройшли кінцеву обробку, але готові до продажу кінцевому споживачу. Незавершене виробництво – це вироби, що не пройшли всі стадії технологічного процесу, а також не укомплектовані та не перевірені щодо відповідності технічним стандартам та вимогам.

За формою готову продукцію можна розрізнити на дві категорії: на уречевлену, яка має фізичну форму, тобто є виробом, та нематеріальну, яка представлена результатом виконаних робіт чи послуг.

Щодо класифікації за складністю виробничих процесів, вона поділяється на просту та складну. Критерій базується на технологічній складності, тобто операціях, які необхідно виконати для виробництва продукту. Проста продукція – це продукти, виготовлені на основі простих технологій, які не потребують значної кількості ресурсів та робочої сили.

Продукція, що відноситься до складної, може бути основною, побічною або супутньою. Побічна та супутня продукція є схожою до основної за своїми кількісними та якісними характеристиками [11]. Супутня продукція виготовляється разом з основною в рамках одного технологічного процесу та має стандартну якість, надалі обробляється або одразу реалізується кінцевому споживачу. Побічна продукція виготовляється в комбінованих виробництвах при виготовленні основної продукції, проте не потребує додаткових витрат.

Зазвичай, чим складніше виробляти даний продукт, тим більше він коштує та потребує більше ресурсів, необхідних для виробництва. Складні вироби вимагають використання багатьох технологічних операцій, дорогих матеріалів, висококваліфікованих робітників, що зумовлює підвищення її вартості.

Така класифікація дозволяє виробникам більш ефективно планувати виробництво, враховуючи складність технологічного процесу та витрати на виробництво, що допоможе оптимізувати виробничі витрати та збільшити прибуток.

Можна класифікувати готову продукцію за галузевою ознакою:

1. Промислова продукція – це товари та послуги, які виробляються в промисловому секторі економіки. Сюди належать вироби машинобудівного, хімічного, електротехнічного виробництва тощо, а саме машини, обладнання, транспортні засоби, хімічні речовини та інші товари.

2. Сільськогосподарська продукція – це товари, які вирощуються на сільськогосподарських підприємствах, які займаються вирощуванням рослин та

тваринництвом. До сільськогосподарської продукції належать такі вироби, як зернові культури, молоко, м'ясо, яйця, шерсть, шкіра, овочі та фрукти. Ця продукція може бути використана як харчові продукти, або як сировина для подальшої переробки.

3. Будівельні матеріали та конструкції – це різноманітні матеріали та складні системи, які використовують для створення будівель, споруд та інших інженерних об'єктів, наприклад, цегла, цемент, металеві конструкції тощо.

4. Товари широкого вжитку – це товари, які призначені для масового споживання та доступні для купівлі широкому колу споживачів. Це можуть бути такі товари, як продукти харчування, напої, одяг, взуття, товари для дому, засоби особистої гігієни, косметика та інші.

Наступною можна виділити класифікацію продукції за призначенням: виробничі, капітальні товари та товари споживання. Виробничі товари – це ті, які використовують для виробництва інших товарів, а капітальні – ті, що призначені для тривалого використання, наприклад, машини, обладнання, нерухомість тощо. Товари споживання призначені для безпосереднього використання кінцевим споживачем.

Готова продукція за типом виробництва може бути:

1. Продукція масового виробництва – тобто виготовляється велика кількість однотипних виробів.
2. Продукція серійного виробництва – виготовляються невеликі серії однотипних виробів.
3. Продукція замовного виробництва – це виготовлення продукції на замовлення за індивідуальними параметрами.

Також готову продукцію можна класифікувати за місцем виробництва, тобто є внутрішня продукція, яка вироблена в межах країни, та зовнішня продукція – імпортна або експортна.

Існує також класифікація робіт та послуг за видом діяльності, наприклад:

- будівельні роботи;
- транспортні послуги;

- фінансові послуги;
- медичні послуги;
- освітні послуги.

Як висновок, можна сказати, що це не вичерпний список, класифікації можуть бути більш деталізованими або мати іншу ознаку, в залежності від конкретного контексту та потреби користувача.

Готова продукція може мати кількісні та якісні характеристики. Кількісна характеристика готової продукції відображається у фізичних величинах, таких як кількість, обсяг, вага, розмір тощо. Наприклад, це може бути кількість вироблених одиниць продукції за певний період часу або обсяг виробництва, який вимірюється в кубічних метрах, літрах, кілограмах або фунтах. Крім того, цими ж величинами вимірюються витрати на виробництво продукту, такі як матеріали, сировина, праця та інше.

Якісна характеристика готової продукції відображає якість продукту, його властивості, такі як довговічність, надійність, функціональність, екологічність, безпека та інші характеристики. Ці критерії вимірюються на основі певних стандартів та вимог, які встановлюються окремо для кожного продукту або специфіки ринку. Прикладом є харчові продукти, до них можуть встановлюватися стандарти безпеки та якості, які вимагають певного рівня чистоти та інші параметри.

Важливо пам'ятати, що кількість та якість продукту взаємозалежні та пов'язані фактори. Наприклад, гарна якість продукту може вплинути на його популярність та кількість продажів, відповідно і виробництва. З іншого боку, масштабне виробництво може вплинути на якість продукту.

Основна економічна сутність готової продукції полягає в тому, що вона має певну вартість, яка збільшилася виробничими витратами, необхідними для її виробництва. Готова продукція не обов'язково може мати кількісні або якісні характеристики, але обов'язково має вартісну характеристику [9].

Відповідно до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку №9 «Запаси», запаси можна визнати активом, якщо вони мають наступні характеристики:

- Існує ймовірність отримання економічної вигоди в майбутньому через їх використання;
- Їх вартість може бути достовірно визначена [1].

Кожне підприємство має право обирати власний підхід до оцінки своєї готової продукції. Процес оцінювання, широко відомий як оцінка, передбачає визначення вартості виробу чи послуги.

Оцінка готової продукції залежить від того, на який момент її обліковують (рис. 1.3).

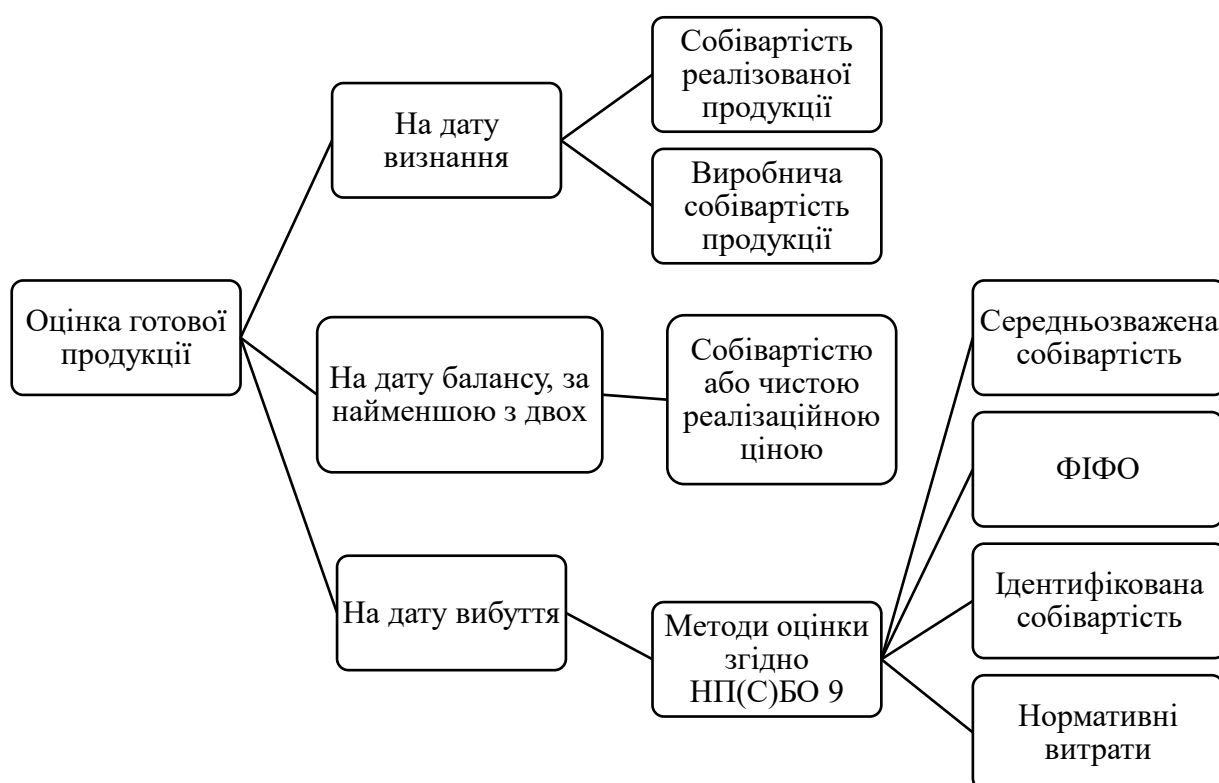


Рисунок 1.3 – Оцінка готової продукції [1]

Згідно з НП(С)БО 9 у бухгалтерському обліку готова продукція оцінюється за первісною вартістю [1]. Ця первісна вартість, інакше кажучи, собівартість, визначається НП(С)БО 16 «Витрати» [11], де передбачено дві концепції собівартості готової продукції: собівартість реалізованої продукції та виробничу собівартість продукції.

Витрати, понесені підприємством на виробництво товарів чи послуг, складають собівартість. Собівартість реалізованої продукції (робіт, послуг)

включає виробничу собівартість, нерозподілені постійні загальновиробничі витрати та наднормативні витрати [11]. Сюди входять усі витрати, пов'язані з виробництвом та реалізацією продукції, яка була продана.

Виробнича собівартість охоплює всі витрати, понесені в процесі виробництва, незалежно від того, реалізована продукція чи ні. Виробнича собівартість охоплює в собі низку витрат, таких як оплата праці, витрати на матеріали, електроенергію, амортизаційні відрахування та інші витрати, які пов'язані з виготовленням продукту. Детальніше складові виробничої собівартості готової продукції продемонстровано на рис. 1.4.

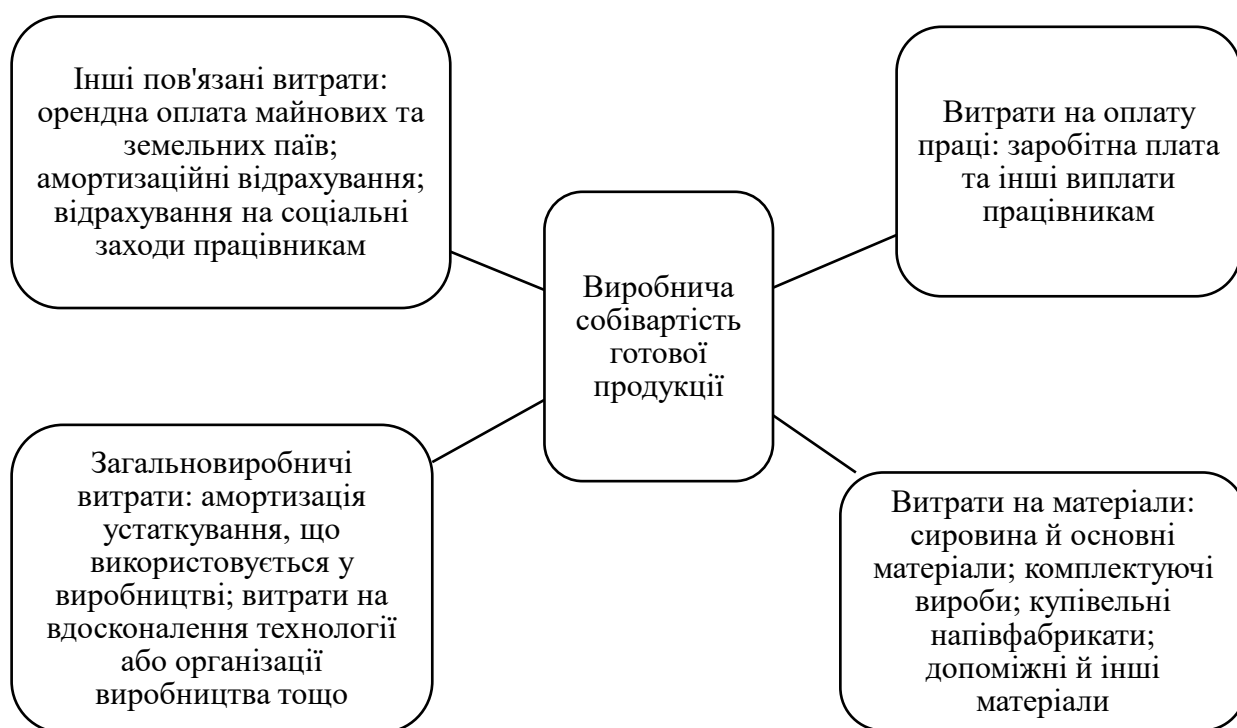


Рисунок 1.4 – Складові виробничої собівартості готової продукції [11]

Собівартість реалізованої продукції – це вартість виробленої продукції, яка фактично була продана. Вона розраховується шляхом додавання нерозподілених постійних загальновиробничих витрат та наднормативних витрат до собівартості продукту. На відміну від неї, виробнича собівартість розраховується без урахування нерозподілених постійних загальновиробничих витрат та наднормативних витрат.

Отже, виробнича собівартість продукту відображає собівартість його виробництва, а собівартість реалізованої продукції відображає собівартість продажу цього продукту.

На складі оприбутковується готова продукція, виготовлена відповідними відділами, на підставі первинних документів, таких як накладні, акти, відомості про випуск продукції, а також документи, що засвідчують якість, таких як свідоцтва про якість та сертифікати відповідності державної системи сертифікації. Але оскільки собівартість готової продукції визначається після закінчення виробничого періоду, а на склад вона надходить впродовж цього періоду, то виникає необхідність у встановленні умовної облікової оцінки – планової або продажної [12].

Планова ціна відображає передбачувану вартість продукції на певний момент часу і є основою для планування доходів та визначення прибутку. Продажна ціна формується на основі планової ціни з урахуванням потреби та конкурентоспроможності ринку продукції.

У балансі готова продукція оцінюється за фактичною собівартістю, а в поточному обліку вона оприбутковується за умовними цінами. Відповідно до вимог НП(С)БО 9 [1], на дату балансу облік запасів, в свою чергу і готової продукції, повинен відбуватися згідно з найнижчою з двох оцінок: собівартістю або чистою ціною реалізації (рис. 1.3). В кінці періоду вираховується відхилення між фактичною собівартістю та умовною, і складаються виправні проводки [12], для правильного відображення витрат та доходів у фінансовій звітності.

Відхилення виникають через різні причини, наприклад, зміни у технології виробництва, зміни витрат на сировину та матеріали, зміни рівня заробітної плати та інших факторів.

Остаточна оцінка готової продукції при вибутті визначається обліковою політикою, прийнятою на підприємстві [13]. Це робиться за допомогою методів, передбачених НП(С)БО 9 [1]:

- Середньозваженої собівартості;
- ФІФО (перших за часом надходження);
- Ідентифікованої собівартості;
- Нормативних витрат.

Для розрахунку середньозваженої собівартості необхідно обчислити відношення загальної вартості залишку запасів на початок звітного періоду та

запасів, отриманих у поточному місяці, до загальної кількості запасів на початок періоду та отриманих у поточному місяці за наступною формулою (1.1) [1]:

$$C_c = \frac{B_n + B_n}{K_n + K_n}, \quad (1.1)$$

де C_c – середньозважена собівартість;

B_n і B_n – відповідно вартість запасів на початок звітного періоду та отриманих у поточному місяці;

K_n та K_n – відповідно кількість запасів на початок звітного періоду та отриманих у поточному місяці.

Метод «першим надійшов, першим вийшов» (ФІФО) працює по такому принципу: використання запасів у порядку надходження на підприємство. Цей метод актуальний для швидкопсувних запасів, особливо коли валюта залишається стабільною.

Для того, щоб визначити вартість і дату споживання кожної одиниці запасів, необхідно використати спеціальне маркування кожної одиниці. Ця техніка має назву методу ідентифікованої собівартості. Цей метод є оптимальним для запасів з високою вартістю та невеликою кількістю.

Метод оцінки за нормативними витратами вимагає застосування норм витрат на одиницю продукції, які встановлюються підприємством самостійно, враховуючи типові рівні використання запасів, робочої сили, виробничих потужностей та цін.

Якщо готова продукція на підприємстві має однакове призначення та умови використання, то до неї застосовується лише один із зазначених методів.

Як зазначалося вище, підприємство має право обирати власний підхід до оцінки своєї готової продукції, тому для цілей управлінського обліку важливо обрати найбільш вигідний варіант для отримання максимального прибутку підприємства. На вибір методу буде впливати особливість діяльності підприємства: вид, тип, складність виготовлення продукції, характер технологічного процесу, розмір та форма власності.

Готова продукція, роботи і послуги є основою для створення доходів підприємств та інших організацій, а також забезпечують задоволення потреб споживачів.

1.2 Завдання обліку процесу реалізації готової продукції на підприємствах

Облік процесу реалізації готової продукції – це система збору, обробки та аналізу фінансової інформації про продаж готової продукції. Його головна мета – забезпечити точний підрахунок доходів, витрат та визначення фінансового результату від реалізації готової продукції.

Реалізація – це процес продажу товару кінцевому споживачеві або прямому посереднику. Це означає, що продукція, яка була перед цим виготовлена та перевірена на відповідність всім технологічним вимогам, переходить у власність покупцю за грошові кошти. Тобто, відбувається процес обміну виробу (виконаної роботи, наданих послуг) на гроші, що забезпечує отримання доходу виробником.

Реалізація є останньою та одною із основних стадій виробництва продукції, яка дозволяє отримати прибуток та забезпечити стабільність фінансової діяльності підприємства. Тому, дуже важливо вести достовірний та точний облік цього процесу.

Таким чином, пропоную виділити основні завдання, що стосуються обліку даного процесу [14]:

- своєчасне документальне оформлення готової продукції, після випуску її з виробництва;
- забезпечення контролю за збереженням готової продукції на складі;
- контроль за запасами готової продукції, визначення кількості та вартості відвантажених товарів;
- своєчасне відображення операцій, пов'язаних з відвантаженням та продажем продукції;

- своєчасне відображення розрахунків з покупцями та замовниками;
- визначення розміру заборгованості покупців та замовників за відвантажену їм продукцію, роботи чи послуги, відповідно з договором;
- гарантування контролю за виконання виробничо-збутової стратегії;
- визначення собівартості готової продукції в процесі реалізації;
- ведення обліку витрат, пов'язаних з маркетинговою діяльністю та збутом готової продукції;
- визначення фінансового результату від реалізації готової продукції.

Документальне оформлення реалізації готової продукції зі складу відбувається за допомогою розрахункових документів, фактичний відпуск зі складу оформлюється на підставі доручень, накладних або товарно-транспортних накладних, якщо необхідно виконати доставку. До розрахункових документів належать рахунки-фактури, договір-угода або платіжні вимоги, в яких містяться всі необхідні дані про відвантажену продукцію [15, с. 142].

Продукція буде вважатися реалізованою, якщо підприємець-виробник отримав за неї кошти. Якщо реалізація відбувається на умовах передоплати, то готова продукція вважається реалізованою, в міру того як відвантажуються. Процес реалізації триває з моменту оприбуткування готової продукції до моменту отримання грошових коштів від покупця [15, с. 142].

Для ведення обліку процесу реалізації готової продукції можна використовувати різноманітні програми та системи автоматизації, які спрощують процес збору та аналізу даних, а також економлять робочий час, допомагають швидше отримувати необхідну інформацію для прийняття управлінських рішень.

Ведення достовірного обліку даного процесу має низку важливих переваг для підприємства, таких як:

- Збереження точної фінансової інформації – облік дозволяє збирати та аналізувати фінансову інформацію про доходи, витрати та прибуток. Це дозволяє приймати обґрунтовані рішення щодо діяльності підприємства та розробляти стратегії збільшення доходів та зниження витрат.

- Контроль за запасами готової продукції – облік дозволяє відслідковувати залишки готової продукції на складі. Це допомагає забезпечити наявність продукції на складі, а також уникати накопичення застарілої або непопулярної продукції та зменшувати можливі збитки від цього.

- Виявлення проблемних зон – достовірний облік дозволяє вчасно виявити проблеми в процесі реалізації готової продукції, наприклад, низький попит, недоліки в якості продукції тощо. В результаті можна оперативно проводити заходи щодо вирішення проблем, а також запобігти їх подальшому розвитку.

- Зниження ризику шахрайства – достовірний облік дозволяє виявити неправильні операції та помилки в облікових документах, це допомагає уникати можливих втрат. Додатково забезпечує запобігання можливому шахрайству, яке може призвести до значних фінансових збитків підприємства.

- Відстеження ефективності маркетингових стратегій – облік дозволяє відстежувати ефективність роботи відділу маркетингу та вчасно реагувати на негативні (позитивні) результати таких стратегій. В залежності від результатів продажу можна змінювати маркетингову стратегію, що забезпечить можливість підприємству залучати більше клієнтів та збільшувати свій прибуток.

Достовірний облік має також інші переваги, зокрема, такі як, забезпечення точності податкових розрахунків, виявлення шляхів оптимізації витрат та формування звітності.

Отже, головним завданням обліку процесу реалізації готової продукції є забезпечення точного та своєчасного відображення всіх операцій, пов'язаних з готовою продукцією, а також визначення фінансових результатів реалізації готової продукції підприємства. Це в кінцевому результаті сприяє підприємству бути ефективним та конкурентоспроможним, допомагає підвищувати доходи та прибуток, оптимізувати витрати та підвищити залученість клієнтів.

1.3 Нормативне регулювання обліку готової продукції та її реалізації

Облік готової продукції та її реалізації в Україні регулюється чинним законодавством, іншими нормативними документами та стандартами бухгалтерського обліку.

Користувачі мають право визначати порядок здійснення бухгалтерського обліку готової продукції та її реалізації в межах своїх повноважень. Нормативне регулювання бухгалтерського обліку продукції поділяється на три рівні залежно від типу та необхідності інформації: міжнародний, державний та на рівні підприємства.

На міжнародному рівні готова продукція та її реалізація регулюється за спеціальними стандартами. Двома основними міжнародними нормативними актами, які це регулюють, є:

1. Міжнародні стандарти фінансової звітності (МСФЗ) – МСФЗ надає стандартизований підхід до обліку та фінансової звітності, зокрема щодо обліку готової продукції та її реалізації. Також визначає класифікацію витрат на виробництво та висуває вимоги до обліку.

2. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку (МСБО) 2 «Запаси» – встановлює методи обліку запасів, у тому числі готової продукції, та чітко визначає терміни «готова продукція» та «реалізація» [16].

Що стосується рівня підприємства, то це можуть бути посадові інструкції, положення про облікову політику підприємства, різні внутрішньо-розпорядчі документи (накази, розпорядження, рішення) та нормативи, наприклад, технологічна карта виробництва.

В табл. 1.1 наведено основні нормативні акти на державному рівні, які регулюють облік даного процесу.

Загалом, сюди належать Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», Податковий кодекс України, Національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку, а саме 9 «Запаси», 15 «Дохід», 16 «Витрати». Також сюди входять План рахунків бухгалтерського обліку та Інструкція до нього і Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку запасів.

Нормативно-правові акти державного рівня вимагають суворого дотримання визначених норм, правил та вимог, порушення яких тягне за собою відповідальність.

Таблиця 1.1 – Коротка характеристика основних нормативних документів державного рівня, які регулюють облік готової продукції та її реалізації

№ з/п	Назва нормативного документу	Характеристика
1	Податковий кодекс України	В ньому визначені основні правила оподаткування готової продукції та її продажу [17].
2	Закон України від 16.07.1999 №996-XIV «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні»	Визначено основні положення щодо обліку готової продукції та її реалізації, визначено мету цього процесу, загальні вимоги до звітності та форми фінансової звітності, які подає підприємство [18].
3	Наказ Міністерства фінансів України від 20.10.1999 №246 «Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку»	Визначено правила обліку запасів, в тому числі й готової продукції, та її розкриття у фінансовій звітності [1].
4	Наказ Міністерства фінансів України від 31.12.1999 №318 «Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку»	Встановлено принципи обліку витрат підприємства, їх розкриття у фінансовій звітності, встановлено правила обліку собівартості готової продукції [11].
5	Наказ Міністерства фінансів України від 29.11.1999 №290 «Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку»	Встановлено правила складання відомостей про доходи підприємства від реалізації продукції (товарів, робіт чи послуг) та розкриття цієї інформації в фінансових звітах [19].
6	Наказ Міністерства фінансів України від 30.11.1999 №291 «Про затвердження Плану рахунків бухгалтерського обліку та Інструкції про його застосування»	Містить перелік рахунків бухгалтерського обліку, які використовуються для обліку готової продукції та її реалізації [20].
7	Наказ Міністерства фінансів України від 10.01.2007 №2 «Про затвердження Методичних рекомендацій з бухгалтерського обліку запасів»	Визначено форми первинних документів, якими оформлюється рух готової продукції, методи оцінки вибуття готової продукції (у складі запасів) [21].

Джерело: складено автором

НП(С)БО 9 «Запаси» та МСБО 2 «Запаси» є двома стандартами бухгалтерського обліку запасів. Незважаючи на те, що вітчизняні стандарти розроблені на основі міжнародних, однак, існує проблема невідповідності окремих норм Національних положень (стандартів) та Міжнародних стандартів [22], а також

у діючих нормативно-правових актах відсутні галузеві особливості обліку готової продукції та її реалізації.

Основна різниця між ними виникає в тому, що НП(С)БО 9 є національним стандартом обліку запасів в Україні, тоді як МСБО 2 є міжнародним стандартом обліку запасів, який використовується у понад 100 країнах світу.

Протиріччя полягає у термінології та підходах до оцінки та обліку запасів. Найголовніше, в цих стандартах є розбіжності між визначенням складу запасів і також складу витрат, що входять до собівартості цих запасів.

МСБО 2 має більш вузьке поняття складу запасів, в той час як у НП(С)БО склад запасів розписано детальніше. А щодо складу витрат, що входять до собівартості цих запасів, то МСБО 2 зазначає, що до собівартості не включаються витрати на оплату праці або інші виробничі витрати, витрати на продаж та інші [23]. Також МСБО 2 вимагає проведення інвентаризації запасів принаймні один раз на рік, перед складанням фінансової звітності, тоді як НП(С)БО 9 не має таких вимог.

Відповідно до специфіки діяльності підприємства можуть використовуватися й інші нормативні акти, які встановлюють правила обліку готової продукції, а також її реалізації.

1.4 Вплив особливостей діяльності ПАТ «КИЇВХЛІБ» на організацію обліку реалізації готової продукції

«КИЇВХЛІБ» є першим київським промисловим виробником хлібобулочних виробів, пріоритетом якого є зберігати традиції та забезпечувати високі стандарти якості продукції ще з 1930 року.

Понад дев'яносто років тому київський трест «Головхліб» поклав початок кооперації хлібозаводів міста. Спочатку, з дати його заснування у 1930 році, в його складі були скромні пекарні та два щойно збудованих хлібозаводи – №2 і №3 [24].

Зростання промислового виробництва хліба розпочалося зі створенням у 1931 році об'єднання «Союзпромхлібопечення» та проектної організації

«Хлібпроект», яка згодом трансформувалася в «Діпрохарчопром». Слідом за цим у 1932 році було побудовано хлібо завод №1, а в 1934 році ще №4 та №5 [24].

У зв'язку з різким збільшенням населення Києва після війни з'явилась необхідність у побудові нових хлібо заводів. У відповідь на цей попит у 1944 році було створено «Київхлібпостач», який працював в складі тресту і задовольняв потреби хлібо заводів, забезпечуючи такими основними матеріалами, як паливо, сировина та будівельні матеріали [24].

У 1948 році був створений хлібокомбінат №8, який виник в результаті реконструкції пекарні №8. Крім того, до складу нового заводу були включені пекарні №1 та №7 [24].

У 1955 році було створено ремонтний комбінат з ремонтних майстерень та деревообробного заводу. З 1966 року комбінат розширив свої функції і став ремонтно-монтажним комбінатом [24].

У 1961 році «Головхліб» отримав Білоцерківський, Васильківський і Фастівський хлібокомбінати. Згодом у 1965 році розпочав роботу хлібо завод №9 (нині «Дослідний хлібо завод»). У 1972 році з'явилися хлібо завод №11 і Броварський, а хлібо завод №12 створено в 1975 році [24].

На базі тресту «Головхліб» у 1976 році було створено Київське виробниче об'єднання хлібопекарської промисловості, яке згодом стало ДП «КИЇВХЛІБ». До його складу увійшли Богуславський, Макарівський, Переяслав-Хмельницький та Сквирський хлібо заводи, а у 1988 році до складу приєднався недобудований Славутицький хлібо завод, якій на кінець року розпочав роботу. Згодом, у 1995 році, почав працювати новий хлібокомбінат №10 [24].

Відповідно до наказу №47-АТ Фонду державного майна України від 19 червня 1996 року, шляхом перетворення з державного підприємства «Київхлібпром» утворилось Відкрите акціонерне товариство «КИЇВХЛІБ». Далі у березні 2011 року було проведено чергові загальні збори акціонерів (протокол №20) і було прийнято рішення привести діяльність товариства у відповідність вимог, на той час діючого, ЗУ «Про акціонерні товариства» і перейменовано ВАТ

«КИЇВХЛІБ» на Публічне акціонерне товариство «КИЇВХЛІБ». Після цих подій було затверджено статут ПАТ, який зареєстрували 30 березня 2011 року.

ПАТ «КИЇВХЛІБ» насамперед спеціалізується на виробництві хліба, хлібобулочних та кондитерських виробів. Його головна місія – забезпечити кожній родині доступ до свіжої випічки, смачної та якісної продукції. «КИЇВХЛІБ» є одним з найбільших виробників хлібобулочних виробів в Україні та має дев'ять виробничих майданчиків у місті Києві та Київській області [25]. За день підприємство здатне виробляти близько 500 тонн продукції.

Компанія змінила назву 10.01.2023 на Приватне акціонерне товариство «УКРАЇНСЬКІ ХЛІБНІ ТРАДИЦІЇ». Основні актуальні дані про підприємство наведено у Додатку А.

Наразі «КИЇВХЛІБ» має 5 дочірніх підприємств, правонаступником яких є: «Хлібокомбінат №2», «Дослідний хлібозавод», «Булочно-кондитерський комбінат», «Хлібокомбінат №10», «Хлібокомбінат №11». Дані юридичні особи наразі перебувають у статусі припинення в результаті реорганізації [26].

Компанія працює під слоганом «Вірність традиціям» (рис. 1.5). Підприємство зосереджує свою увагу на споживачах, вважаючи їх своєю головною цінністю. Компанія намагається вдосконалюватися, використовувати новітні технології виробництва, щоб забезпечувати високу якість продукції, яка відповідає потребам споживачів. Крім того, підприємство прагне зміцнити свою позицію на зовнішньому ринку, тому постійно розширює свій асортимент.



Рисунок 1.5 – Логотип та слоган ПАТ «КИЇВХЛІБ» [25]

Завдяки впровадженню інноваційних рецептур та запуску нових виробничих ліній, компанія продовжує зберігати позицію лідера на ринку вітчизняного виробництва хліба, одночасно розширюючи свою діяльність.

Наразі асортимент продукції налічує понад 250 найменувань. Це є основною конкурентною перевагою компанії, оскільки не кожному невеликому та дрібному виробнику вдається мати такий широкий асортимент продукції.

В асортимент продукції, що виготовлена під торговою маркою «КИЇВХЛІБ», входять:

- різноманітні сорти хліба;
- сушки;
- пряники та печиво;
- булочки;
- рогалики;
- тістечка;
- торти та короваї [25].

«КИЇВХЛІБ» має 195 філій фірмових мереж безпосередньо у місті Києві, а також у області – Броварах та Фастові [25]. Крім того, компанія відкрила декілька представництв у інших областях України. Підприємство реалізовує такі популярні види хлібу як «Київський», «Пшеничний», «Український столичний», які вважають основним продуктом ринку і мають доступну ціну для більшості споживачів, зберігаючи незмінно високі стандарти якості. У асортиментній лінійці також є різноманітні види хлібу із різного виду борошна, класичний хліб, батони, тостовий хліб, хлібців, хлібу з висівками, лаваші тощо.

Компанія випускає продукцію під декількома торговими марками, а саме: «КИЇВХЛІБ», «БКК», «БКК-преміум» та «Марсель» [25]. Існує три основні категорії хліба: з житнього борошна, з пшеничного борошна першого ґатунку та із борошна вищого ґатунку. Хлібобулочні вироби в свою чергу поділяються за типом використовуваного борошна: борошна вищого ґатунку, другого сорту та першого сорту. Причому, найчастіше використовується пшеничне борошно вищого сорту,

враховуючи, що пшеничне – є більш поширеним, оскільки пшениці вирощується більше, ніж жита. Однак житнє борошно вважається більш корисним для споживання людиною через його низький глікемічний індекс [27].

До булочних виробів належить здоба та кондитерські вироби. Здоба поділяється на булочки, круасани, рогалики, плетінки, плюшки, рулети, пиріжки, калачі та інші. Кондитерські вироби торгової марки «КИЇВХЛІБ» поділяють на торти, тістечка, кекси, печиво та пироги. Окремо виділяють хлібні смаколики (сушки, сухарі, різноманітне печиво, соломка, крендельки) та короваї.

Постійне оновлення асортименту є запорукою розвитку компанії. Наприклад, на честь свята Великодня «КИЇВХЛІБ» випустив багато тематичних новинок, це були пасхальний кекс «Паска сирна», паска «Червона калина», кекс «Пасхальний преміум», кекс «Великдень» тощо. Останньою новинкою був смачний пиріг «Щедрий гостинець».

Компанія може похвалитися розгалуженою дистриб'юторською мережею та власним автопарком для перевезення вантажу. Хоча більшість продукції зазвичай доставляється власними автомобілями, час від часу також залучаються сторонні транспортні засоби. Ця система дозволяє компанії своєчасно доставляти смачну випічку та свіжий хліб на полиці магазинів по всій Україні, а також за кордоном в країнах Європи, Азії та Північної Америки [25].

Особливості виробництва хлібобулочних виробів такі:

1. Більшість підприємств виробляють продукцію відповідно до щоденного замовлення, крім дільниць, що спеціалізуються на випуску бубликів, сухарів і пряників. Термін виконання кожного замовлення розраховується погодинно і завжди займає менше доби, не в залежності як розраховується замовлення – чи по кількості, чи по номенклатурі.

2. Випуск будь-якого підприємства тісно пов'язаний з його продажем, тому що будь-яка продукція, яка була виготовлена, але не реалізована в день виробництва, вважається відходами.

3. Ані готова продукція, ані незавершене виробництво не допускають тривалого зберігання.

Компанія приділяє велике значення тому, щоб завоювати довіру своїх клієнтів, тому вона постійно поставляє продукцію найвищої якості. «КИЇВХЛІБ» виробляє продукцію виключно з натуральних інгредієнтів, без консервантів та генетично модифікованих організмів (ГМО).

Підприємство суворо дотримується найвищих стандартів виробництва шляхом використання системи безпеки харчової продукції та ефективної системи управління якістю відповідно до міжнародних стандартів ISO 9001:2009 та ISO 9001, що забезпечує безкомпромісне дотримання якості.

У кожному відділі виробничого підприємства діє сертифікована технологічна лабораторія, яка контролює виробничий процес на всіх етапах – від прийому сировини до зберігання готової продукції на складі.

ПАТ «КИЇВХЛІБ» підтвердило свої позиції лідера на ринку хлібобулочних виробів України, здобувши численні нагороди на престижному Міжнародному форумі харчової промисловості та упаковки IFFIP 2018. Компанію було відзначено 32 нагородами поважного журі, з них 20 дипломів за «Кращий хлібопекарський виріб 2018» та 13 – за «Кращий дизайн упаковки» [28]. У 2022 році «КИЇВХЛІБ» отримав нагороду «Вибір року 2022» у номінації «Виробник року хлібобулочних виробів» [27]. Нагороди є доказом досконалості компанії.

Маючи штат близько 4000 осіб, компанія продовжує шукати кваліфікованих спеціалістів у інженерній, технічній та інших сферах. Відкриті вакансії включають торгових представників, технологів, пекарів, кондитерів, комірників, вантажників, водіїв, пакувальників продуктів, прибиральників тощо [29].

Вищим органом Товариства є загальні збори акціонерів, а виконавчим органом – правління.

Наглядова рада акціонерного товариства відповідає за забезпечення прав акціонерів товариства. Відповідно до статуту та Закону в межах визначених повноважень, вона здійснює моніторинг та регулювання дій Правління.

Склад Правління затверджується Наглядовою радою.

Організація обліку готової продукції акціонерного товариства «КИЇВХЛІБ» покладена на бухгалтерський відділ, який діє як самостійний структурний

підрозділ. Кожний хлібозавод має свою бухгалтерію, чисельність визначається штатним розкладом заводу.

Очолює відділ бухгалтерії головний бухгалтер, йому підпорядковуються всі бухгалтери підприємства: бухгалтер по з/п, бухгалтер з продажу, бухгалтер-ревізор тощо. Метою їхньої діяльності є надати повну, правдиву та неупереджену інформацію акціонерам та керівництву про фінансовий стан, результати діяльності підприємства та рух грошових коштів.

Відділ бухгалтерії окремо на кожному хлібозаводі веде контроль за збереженням майна та інших цінностей, а також готує фінансову звітність та здає в податкову інспекцію, органи державного страхування та безпосередньо вищому керівництву.

Кожен бухгалтер має посадову інструкцію, у якій зазначено про обов'язки, права та відповідальність.

Відповідно до посадової інструкції, бухгалтер з продажу відповідає за безліч завдань. Вони включають самостійне проведення фінансових розрахунків з покупцями, використовуючи комп'ютерні обчислювальні засоби для полегшення цього процесу. Крім цього, бухгалтер з продажу відстежує та веде облік надходження та реалізації продукції, виписує покупцям рахунки та податкові накладні, забезпечує своєчасну оплату продукції. Також регулярно проводить інвентаризацію готової продукції, запасів, веде весь документообіг.

Всі хлібозаводи, що належать акціонерному товариству, є сучасними та високоавтоматизованими. Вони постійно модернізуються, встановлюється нове обладнання, розширюються виробничі потужності, удосконалюються технічні стандарти. Компанія також постійно вживає заходів для підвищення якості своєї продукції з одночасним розширення асортименту.

Облікова політика акціонерного товариства визначає принципи, стандарти, правила та процедури бухгалтерського обліку, які застосовуються для ведення обліку та підготовки фінансової звітності. Вона визначає принципи, які застосовується для визнання та оцінки об'єктів бухгалтерського обліку, а також ідентифікації та деталізації окремих статей фінансової звітності підприємства [30].

Згідно Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» товариство з 2012 року складає фінансову звітність за МСФЗ.

Для отримання уявлення про фінансовий стан ПАТ «КИЇВХЛІБ» необхідно провести аналіз його фінансової звітності, тому для оцінки господарської діяльності підприємства обмежимося 2019-2021 роками, оскільки 2022 рік був складним для країни в цілому через воєнний стан, а дані фінансової звітності за цей рік відсутні. Було використано форми №1 та форми №2 (див. Додатки Б, В, Д, Ж, И, К). У таблиці 1.2 наведено основні показники фінансово-господарської діяльності товариства.

Аналіз показує зростання чистого доходу від реалізації продукції протягом аналізованого періоду. Проте, валовий прибуток у 2020 році знизився через те, що собівартість реалізованої продукції зростала швидше, ніж чистий прибуток підприємства.

Таблиця 1.2 – Основні показники фінансово-господарської діяльності ПАТ «КИЇВХЛІБ» за 2019-2021 роки (тис. грн.)

Найменування показників	Період			Абсолютне відхилення, тис. грн		Темп приросту, %	
	2019	2020	2021	2020/2019	2021/2019	2020/2019	2021/2020
Чистий дохід від реалізації продукції	30 617	37 463	48 258	6 846	10 795	22,36%	28,82%
Собівартість виготовленої продукції	21 855	29 705	39 682	7 850	9 977	35,92%	33,59%
Валовий прибуток	8 762	7 758	8 576	-1 004	818	-11,46%	10,54%
Інші операційні доходи	4 348	6 781	7 110	2 433	329	55,96%	4,85%
Адміністративні витрати	1 402	2 038	2 215	636	177	45,36%	8,68%
Витрати на збут	181	132	169	-49	37	-27,07%	28,03%
Інші операційні витрати	1 086	155	79	-931	-76	-85,73%	-49,03%
Фінансовий результат від операційної діяльності	10 441	12 214	13 223	1773	1 009	16,98%	8,26%
Інші доходи	0	0	2 109	0	2 109	-	-
Фінансові витрати	636	223	31	-413	-192	-64,94%	-86,10%
Інші витрати	973	201	389	-772	188	-79,34%	93,53%
Фінансовий результат до оподаткування	8 832	11 790	14 912	2 958	3 122	33,49%	26,48%
Чистий прибуток	7 026	8 978	10 695	1 952	1 717	27,78%	19,12%

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності

Важливо відзначити, що у 2020-2021 роках темпи зростання витрат на виготовлення випереджали темпи зростання чистого доходу від реалізації продукції, що свідчить про збільшення витрат на виробництво, або можливо застаріле обладнання, що призвело до браку продукції та зростання собівартості. Незважаючи на це, чистий прибуток за досліджуваний період збільшувався.

Пропоную далі проаналізувати майновий стан підприємства у розрізі активів та пасивів. Результат представлено у таблиці 1.3.

Як видно з таблиці 1.3, у 2020-2021 роках активи та пасиви підприємства зросли. Зростання вартості активів пояснюється збільшенням як необоротних, так і оборотних активів. З іншого боку, зростання пасивів у 2020-2021 роках пов'язане із зростанням довгострокових та короткострокових зобов'язань і забезпечень та зростанням власного капіталу у 2021 році.

Таблиця 1.3 – Оцінка майнового стану ПАТ «КИЇВХЛІБ» у 2019-2021 роках, (тис. грн.)

Найменування показників	Період			Абсолютне відхилення, тис. грн		Темп приросту, %	
	2019	2020	2021	2020/2019	2021/2020	2020/2019	2021/2020
Усього активів	55 681	69 575	135 542	13 894	65 967	24,95%	94,81%
Необоротні активи	149	966	2 674	817	1 708	548,32%	176,81%
Оборотні активи	55 532	68 609	66 434	13 077	-2 175	23,55%	-3,17%
Усього пасивів	55 681	69 575	135 542	13 894	65 967	24,95%	94,81%
Власний капітал	7 032	5 051	5 291	-1 981	240	-28,17%	4,75%
Довгострокові зобов'язання та забезпечення	30 220	41 075	43 309	10 855	2 234	35,92%	5,44%
Короткострокові зобов'язання та забезпечення	18 429	23 449	20 508	5 020	-2 941	27,24%	-12,54%

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності

Однією з відмітних рис підприємств виробничої сфери є значна пропорція необоротних активів у загальній складовій майнової структури. Але на підприємстві їх частка становила 0,27% у 2019 році, 1,39% у 2020 році та 1,97 у 2021 році.

Величина оборотних активів за 2020 рік в порівнянні з 2019 роком зросла на 13 077 тис. грн або на 23,55%, а у наступному році знизилась на 2 175 тис. грн або на 3,17%. Величина необоротних активів стрімко зростала: за 2020 рік в порівнянні

з 2019 зросла на 817 тис. грн або на 548,32% і в наступному 2021 році – зросла ще на 1 708 тис. грн або на 176,81%.

Динаміку активів наведено на рис. 1.6.

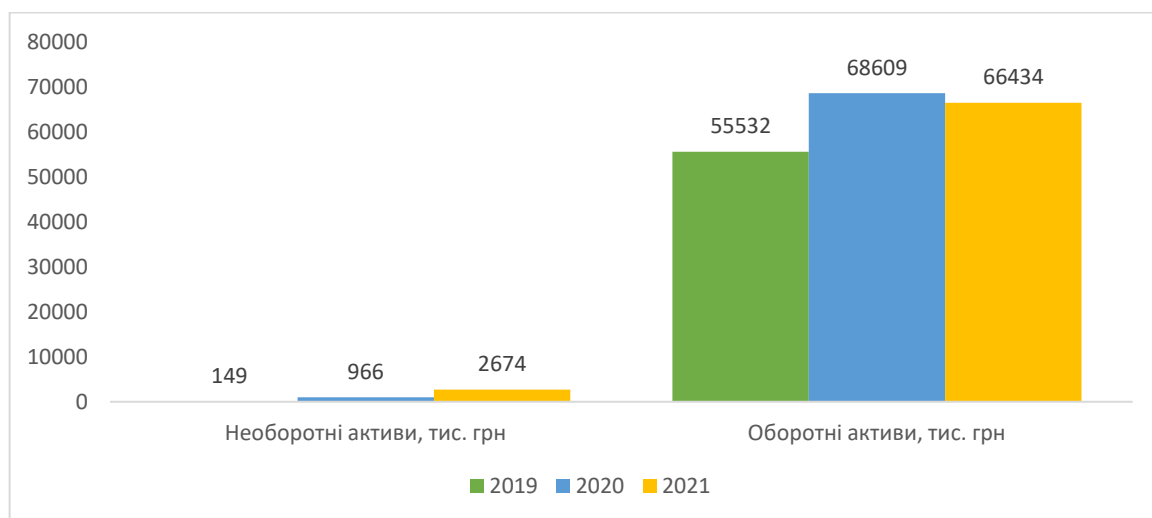


Рисунок 1.6 – Динаміка активів ПАТ «КИЇВХЛІБ» за 2019-2021 рр.

Джерело: побудовано автором за даними фінансової звітності

З табл. 1.3 видно, що у 2020 році в порівнянні з 2019 відбулося зниження розміру власного капіталу на 1 981 тис. грн або на 28,17%, і у 2021 році темп його зростання склав лише 4,75%, що є недостатнім.

Довгострокові зобов'язання та забезпечення у 2020 році в порівнянні з минулим роком зросли на 10 855 тис. грн або 35,92%, а у наступному 2021 році – ще на 2 234 тис. грн або на 5,44%. З іншого боку, короткострокові зобов'язання та забезпечення у 2020 році спочатку зросли на 5 020 тис. грн. а потім у 2021 році знизились на -2 941 тис. грн. Динаміка джерел формування майна ПАТ «КИЇВХЛІБ» представлена на рис. 1.7.

В загальному видно, що у підприємства основне джерело формування майна – це позиковий капітал. Позиковий капітал в свою чергу, це сума довгострокових та короткострокових зобов'язань та забезпечень.

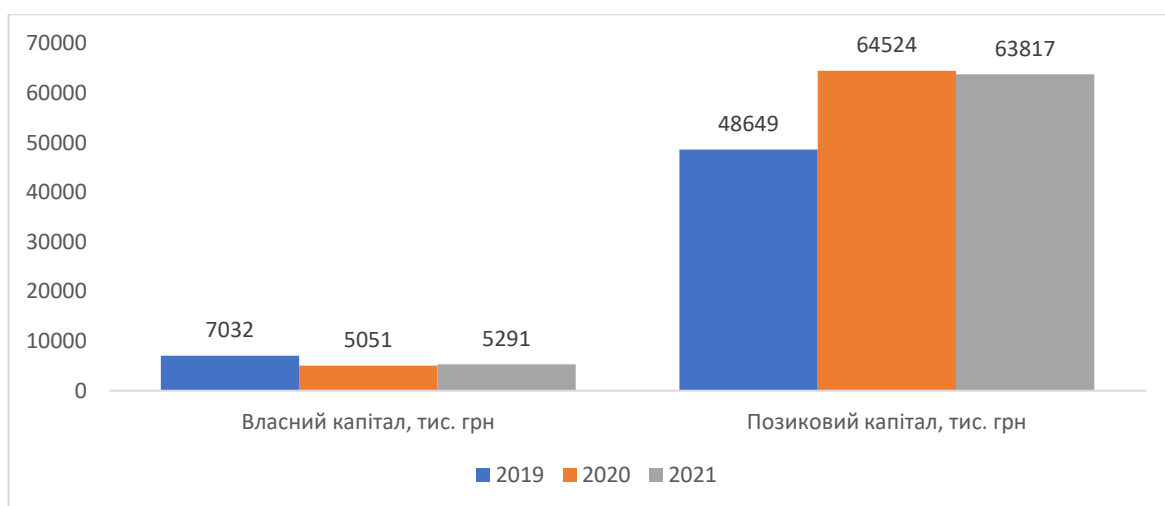


Рисунок 1.7 – Динаміка джерел формування майна ПАТ «КИЇВХЛІБ» за 2019-2021 роки

Джерело: побудовано автором за даними фінансової звітності

Результат виробництва – це кількість проданої продукції, тому доцільно буде проаналізувати обсяги реалізації продукції даного акціонерного товариства. Результати представлені у табл. 1.4.

Таблиця 1.4 – Обсяги реалізації основних видів продукції ПАТ «КИЇВХЛІБ» за 2019-2021 роки

Продукція	2019 р.		2020 р.		2021 р.	
	Обсяг реалізації, тонн	Обсяг реалізації, тис. грн	Обсяг реалізації, тонн	Обсяг реалізації, тис. грн	Обсяг реалізації, тонн	Обсяг реалізації, тис. грн
Батони	28 505	417 876	28 704	420 793	14 726	238 317
Хліб український	17 927	175 506	15 485	151 599	7 902	90 618
Продукція тривалого зберігання	11 252	335 275	8 746	260 604	2 234	66 175
Хліб пшеничний	7 274	85 332	7 341	86 118	4 871	63 409
Хліб білоруський	5 430	91 928	5 430	91 928	5 432	93 916
Хліб прибалтійський	4 081	88 929	4 153	90 498	4 381	98 901
Усього	74 469	1 194 846	69 859	1 101 540	39 546	651 336

Джерело: складено автором на основі [31]

Проведений аналіз обсягів реалізації основних видів продукції підприємства за 2019-2021 роки показав, що існує факт спадання обсягів виробництва. Це може бути викликано різноманітними факторами, наприклад:

- недостатній попит на певний вид продукції;
- економічні проблеми – підприємство могло зіткнутися з економічними труднощами, такими як високі витрати на виробництво, зростання вартості сировини та енергії, недостатня фінансова підтримка;
 - технологічні проблеми – застаріла технологія або обладнання можуть стати причиною зменшення обсягів виробництва;
 - нестабільна політична ситуація;
 - зовнішні фактори – природні катастрофи, погодні умови, епідемії або глобальні події, такі як пандемія COVID-19, можуть мати значний вплив на виробництво, зупинки поставок або скорочення ринків збуту.

РОЗДІЛ 2

МЕТОДИКА ОБЛІКУ ТА АНАЛІЗ РЕАЛІЗАЦІЇ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ В ПАТ «КИЇВХЛІБ»

2.1 Документальне оформлення реалізації готової продукції

Налагоджений бухгалтерський облік забезпечує суб'єктів господарювання необхідною та достовірною інформацією для проведення всебічного аналізу господарської діяльності підприємства та обґрунтування управлінських рішень.

Готова продукція або одразу транспортується безпосередньо клієнту, або відправляється на склад. Для всіх господарських операцій, які стосуються наявності та руху готової продукції, необхідно оформляти первинні облікові документи [18].

Для відпуску продукції з виробництва використовують накладні, відомості, акти приймання. У них зазначаються всі необхідні дані, а саме: дата відпуску, номер цеху, найменування продукції, номенклатуру, кількість тощо. Для кожного виду продукції на складі створюється картка складського обліку або робиться запис у книзі складського обліку. Детальніше процес документального оформлення руху готової продукції на склад представлено на рис. 2.1.

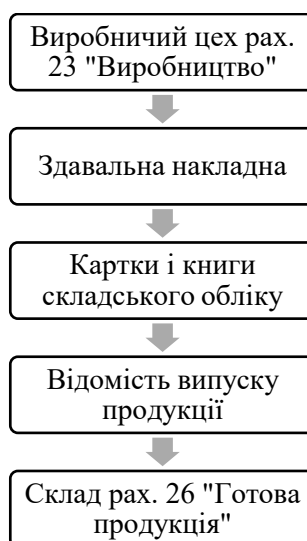


Рисунок 2.1 – Процес документування випуску готової продукції

Джерело: побудовано автором за даними ПАТ «КИЇВХЛІБ»

Коли готова продукція надходить безпосередньо покупцю зі складу, то вона вважається реалізованою. Це відбувається за умови, коли покупцю вручені платіжні документи. Ці документи включають такі, що подані до банківської установи, а також ті, що передані покупцеві відповідно до умов, викладених в їхній договірній угоді. Крім того, якщо підприємство отримало оплату або здійснено передоплату за готову продукцію, то вона також вважається реалізованою.

Таким чином, вартість реалізованої готової продукції визначається вартістю, зазначеною в розрахункових документах з покупцями та замовниками, або сумою, зарахованою на банківські рахунки підприємства в якості оплати.

Підприємство розповсюджує свою кінцеву продукцію через власну мережу магазинів «КИЇВХЛІБ» або через зовнішніх роздрібних продавців на підставі укладеного договору. Покупці отримують продукцію за встановленим протоколом. Серед них такі популярні супермаркети, як «BILLA», «Сільпо», «АТБ», «Велика кишеня», «ЕКО-маркет», «Метро кеш енд Кері Україна», «Караван», «Ашан» тощо, заправні станції «WOG», а також приватні підприємці, військові частини, лікарні, школи та дитячі садки.

Для реалізації продукції «КИЇВХЛІБ» укладає договори зі своїми клієнтами. Договір між компанією та покупцем містить умови поставки, ціни, умови щодо платежів, гарантії та інші важливі дані. Відділ збуту приймає замовлення на відвантаження готової продукції із зазначенням пункту призначення та способу доставки. Далі працівник складу формує рахунок-фактуру на готову продукцію. Для кожної реалізованої партії товарів підприємство має виставляти рахунки-фактури, які містять всі необхідні фінансові відомості. У разі необхідності транспортування, продукція доставляється за допомогою власного автопарку або зовнішніх перевізників.

Термін придатності продукції обмежений, що в свою чергу обмежує радіус доставки. Хлібобулочні вироби з тривалим зберіганням є єдиним вигідним варіантом доставки понад 150 км, оскільки час транспортування хліба знижує його якість та привабливість, а отже і конкурентоспроможність виробника.

Розглянемо приклад документального оформлення процесу реалізації готової продукції за двох умов: попередньої оплати від покупця та попереднього відвантаження продукції покупцю на рис. 2.2 та рис. 2.3 відповідно.



Рисунок 2.2 – Організація документального оформлення реалізації готової продукції за умови попередньої оплати від покупця

Джерело: розроблено автором на основі [32]



Рисунок 2.3 – Організація документального оформлення реалізації готової продукції за умови попереднього відвантаження продукції покупцю

Джерело: розроблено автором на основі [32]

Документальне оформлення реалізації продукції включає ведення обліку продажів і відповідні записи у бухгалтерській системі компанії. Сюди відносять виставлення рахунків-фактур, ведення журналів обліку продажів, звітів про доходи та складання інших документів, необхідних для достовірного обліку та звітності.

Фактура виставляється підприємством-продавцем і містить інформацію про продукцію, її вартість, податки, знижки, загальну суму до сплати та реквізити. Цей документ використовується для обліку та оплати готової продукції.

Якщо реалізація продукції передбачає дотримання вимог щодо безпеки та якості виробів, можуть знадобитися документи, які підтверджують відповідність стандартам або сертифікацію відповідно до вимог регуляторних органів – тоді видається сертифікат якості продукції.

Документальне оформлення реалізації продукції також включає ведення документації, пов'язаної з логістикою та доставкою товарів. Це можуть бути накладні, акти прийому-передачі тощо.

Під час продажу своєї продукції підприємство «КИЇВХЛІБ» складає товарно-транспортну накладну, в якій наводиться інформація про товари, їх кількість, вартість, умови поставки, адресу отримувача та інші відповідні дані. Цей документ служить для підтвердження факту відправлення продукції зі складу.

При отриманні товарів покупцем складаються акти прийому-передачі, в яких фіксуються деталі про отриману продукцію, кількість, якість та відповідність умовам договору. Ці акти підписуються обома сторонами і служать як доказ про належне виконання зобов'язань.

При відвантаженні продукції також виписується податкова накладна. Цей документ є підставою для відображення податкового кредиту з ПДВ клієнтом. При отриманні готової продукції, клієнт надає виробнику довіреність, вона зберігається разом з товарно-транспортною накладною, які разом свідчать про отримання продукції покупцем.

Документація про реалізацію готової продукції додатково може включати підготовку звітів та статистичних даних щодо обсягів збуту, доходів, аналізу ринку та іншої інформації, яка допомагає керівництву приймати стратегічні рішення.

На досліджуваному підприємстві облік повністю автоматизований, ведеться за допомогою комп'ютерних програм. Найбільш популярна програма це «1С:Підприємство», вона ідеально підходить для хлібокомбінатів, оскільки включає в себе різноманітні модулі та функціонал, призначені для автоматизації

різних сфер діяльності підприємства. Основні застосування «1С:Підприємство» в компанії «КИЇВХЛІБ» включають:

- Облік і управління складськими запасами – система дозволяє керувати наявністю сировини, матеріалів, напівфабрикатів та готової продукції на складах. Програма автоматично оновлює залишки після кожної проведеної операції, таких як поставка сировини, відвантаження готової продукції покупцю тощо.
- Управління виробництвом – система дозволяє планувати та контролювати виробничі процеси на хлібокомбінатах. Програма включає модулі для планування виробничих потужностей, контролю якості та управління виробництвом.
- Фінансовий облік та управління – система дозволяє вести облік фінансових операцій, включаючи облік доходів та витрат, розрахунок заробітної плати, оплату постачальникам та оплату від клієнтів. Програма здатна надати звіти на аналітику щодо фінансового стану підприємства.
- Управління персоналом – система дозволяє вести облік співробітників хлібокомбінатів, графіку роботи, відпусток та заробітної плати.

Застосування «1С:Підприємство» у компанії КИЇВХЛІБ допомагає збільшити ефективність управління підприємством, автоматизувати багато рутинних операцій, покращити контроль за процесами виробництва і забезпечити аналітику для прийняття керівництвом важливих управлінських рішень.

Таким чином, головним завданням бухгалтера, при використанні даної програми, є вчасне та точне введення первинної інформації у систему.

2.2 Синтетичний та аналітичний облік реалізації готової продукції

Синтетичний та аналітичний облік – це дві основні форми обліку фінансової інформації про реалізацію готової продукції.

Синтетичний облік – це зібрана інформація про всю реалізацію продукції за певний період часу. У цьому випадку дані про реалізацію продукції зводяться в одну

сукупність і представлені в загальному вигляді. Наприклад, синтетичний облік може включати загальну вартість проданої продукції за місяць, квартал, рік тощо.

Аналітичний облік – це деталізована інформація про реалізацію готової продукції, що дозволяє аналізувати окремі показники. Наприклад, аналітичний облік може містити інформацію про кількість реалізованого товару за кожним видом, виробничу собівартість виду продукції, реалізаційну вартість виду продукції, валовий прибуток за видом продукції, відсоток прибутку від реалізації виду продукції тощо.

Обидві форми обліку є накопичувальними інструментами фінансового аналізу, що дозволяє зробити правильні висновки щодо ефективності виробництва та реалізації продукції. Обидві форми обліку мають бути використані одночасно, щоб забезпечити повну інформацію про реалізацію готової продукції підприємства та його фінансові показники.

Аналітичний облік на хлібопекарському підприємстві включає систему збору, аналізу та обробки фінансової, виробничої та іншої інформації, що стосується діяльності підприємства. Основні етапи аналітичного обліку на даному підприємстві включають:

- Збір та обробку фінансової інформації. Це дозволяє встановити реальний фінансовий стан підприємства, визначити його рентабельність та ефективність.
- Систематичний збір та аналіз інформації про виробничі процеси, включає сюди облік сировини та матеріалів, витрати на виробництво, обсяги виробництва тощо. Це дозволяє встановити ефективність виробничого процесу, визначити проблемні аспекти та здійснити раціоналізацію виробництва.
- Систематичний облік витрат, пов'язаних з виробництвом. Сюди відносяться облік витрат на сировину, матеріали, заробітну плату, енергію, утримання та ремонт обладнання, амортизацію, витрати на управління та інші адміністративні витрати. Це дозволяє розрахувати загальні витрати на виробництво, витрати на одиницю продукції та здійснити аналіз ефективності витрат.

- Облік і аналіз даних про реалізацію хлібобулочних виробів. Сюди відносять облік обсягів продажу, цін, знижок, рекламні витрати тощо. Це дозволяє контролювати ефективність маркетингових стратегій, підвищити рентабельність продажів та ідентифікувати найприбутковіші продукти або сегменти ринку.

Завдяки цьому, аналітичний облік дозволяє забезпечити оптимальне використання ресурсів, підвищити ефективність виробництва, знизити витрати та збільшити прибуток підприємства.

Акціонерне товариство «КИЇВХЛІБ» використовує журнальну форму ведення бухгалтерського обліку. У відомостях 5.1 «Відомість аналітичного обліку запасів» ведеться детальний облік руху готової продукції, при цьому у відомості 3.1 ведеться облік розрахункових операцій підприємства з покупцями та клієнтами [33].

За допомогою аналітичного підходу процес обліку готової продукції здійснюється з використанням облікових цін для окремого продукту, виду продукції або груп однорідних продуктів. Облікова ціна може бути визначена або як фактична собівартість продукції за одиницю, або як планова ціна за одиницю; однак обов'язковим є визначення різниці між фактичною собівартістю продукції та величиною облікової ціни.

«КИЇВХЛІБ» має право самостійно встановлювати облікову ціну на готову продукцію, тому в процесі аналітичного обліку вона оцінюється за плановою собівартістю та оптовими обліковими цінами. У той же час, у синтетичному обліку враховується фактична виробнича собівартість.

Наявність та рух готової продукції ПАТ «КИЇВХЛІБ» обліковується на у рахунку 26 «Готова продукція». Ця продукція класифікується підприємством як така, що пройшла обробку та випробування, а також відповідає технічним вимогам та стандартам, визначеними у договорі із замовником [1].

Готова продукція ПАТ «КИЇВХЛІБ» проходить такі стадії руху:

1. Виробництво продукції – ця стадія включає приготування тіста, формування хлібобулочних виробів та їх приготування. Продукція на цій стадії ще не готова до реалізації.

2. Готові хлібобулочні вироби, які пройшли процес пекарської обробки, наприклад, хліб, булочки, пиріжки тощо, переходять на пекарську лінію. На цій стадії вироби можуть бути охолоджені та упаковані відповідно до вимог індивідуального пакування та маркування. Упаковка включає маркування продукції, назву виробу, терміну придатності, назву виробника, склад та іншу необхідну інформацію.

3. Після упаковки готова продукція переходить до стадії зберігання. Хлібобулочні вироби можуть бути складені в спеціальних приміщеннях або холодильниках з контрольованою температурою і вологістю, щоб зберегти свіжість та якість продукції в найближчий необхідний термін.

4. Наступною стадією є дистрибуція, під час якої готова продукція транспортується до власних фірмових мереж, роздрібних магазинів, супермаркетів, кафе, ресторанів та інших точок продажу. Це може включати використання власного транспорту підприємства або залучення зовнішніх логістичних партнерів.

5. Реалізація – на цій стадії готова продукція продається кінцевим споживачам або клієнтам, а підприємство отримує грошові кошти за відпущену продукцію.

Аналітичний облік реалізації готової продукції на хлібокомбінаті включає інформацію про кількість реалізованої продукції. Сюди входять дані про кількість реалізованого хліба та інших виробів, таких як булочки, печиво тощо. На складі готової продукції продукцію обліковують окремо за кожним видом, і обов'язково показують її у натуральному (кілограми, тони, штуки) і вартісному вираженні (грн).

Формування інформації про готову продукцію та інші об'єкти обліку розпочинається зі складання первинного документа. У випадку хлібокомбінату, це передбачає використання накладних, відомостей, приймально-здавальних актів для оформлення передачі продукції з виробництва на склад. Ці документи повинні містити конкретні деталі, а саме дату випуску, шифр цеху та складу, назва товару, номенклатурний номер, одиниця вимірювання, кількість і ціну за одиницю. Створюється два примірники цих документів, причому один примірник призначений для особи, що здає продукцію, а інший залишається на складі [34].

Коли хлібобулочна продукція відпускається зі складу, то дані заносяться у «Книгу складського обліку». На кожний номенклатурний номер формується картка складського обліку. При створенні запису про продукцію у картці або книзі важливо вказати назву товару, номенклатурний номер, одиницю вимірювання, кількість, марку та ціну за одиницю. Крім того, важливо додати до карток складського обліку ще дві колонки, а саме «термін придатності» та «граничний момент поповнення запасів», які впорядковані за термінами та кількістю днів. Це забезпечує точне управління готовою продукцією та операціями поповнення [34].

Цікавим моментом є те, що незавершене виробництво не відображається в обліку хлібопекарського підприємства, оскільки його фактична наявність незначна [34].

На думку автора, оскільки «КІЇВХЛІБ» займається масовим виробництвом продукції широкого асортименту, то йому підходить використання планових та оптових цін у аналітичному обліку. Тому протягом місяця вся продукція оприбутковується на рахунках за плановою або оптовою ціною. У цьому разі складається бухгалтерська проводка на облікову вартість відпущеної з виробництва готової продукції (див. табл. 2.1) [35].

Наприкінці місяця, коли можна визначити фактичну виробничу собівартість, розраховується відхилення між фактичною собівартістю та плановою (оптовою) вартістю продукції, яка була оприбуткована. Цей процес відбувається за кожним видом чи групою продукції. В результаті цього аналізу визначається відхилення у вигляді додатних або негативних значень. І відображається це так само, як випуск продукції за обліковою ціною на суму додатних (+) або від'ємних (-) відхилень (див. табл. 2.1). Якщо сума негативна, то відхилення оформляється в аналітичному та синтетичному обліку червоним записом «сторно» [35].

Таблиця 2.1 – Кореспонденція рахунків з випуску готової продукції з виробництва на прикладі ПАТ «КИЇВХЛІБ»

№ з/п	Зміст господарської операції	Кореспонденція рахунків		Сума, грн
		дебет	кредит	
1	Оприбутковано з виробництва виріб «Батон нарізний київський» на склад	26 «Готова продукція»	23 «Виробництво»	420 785
2	Відображено суму відхилення фактичної виробничої собівартості від планової вартості виробу «Батон нарізний київський»	26 «Готова продукція»	23 «Виробництво»	(8 450)

Джерело: згруповано автором за інформацією [20; 25]

Відхилення визначається розрахунково за формулою (2.1):

$$B = P_v * B_{p.n} , \quad (2.1)$$

де B – сума відхилення виробничої собівартості від облікової ціни;

P_v – рівень відхилення;

$B_{p.n}$ – вартість реалізованої продукції поточного місяця.

Для розрахунку рівня відхилення використовується наступна формула (2.2):

$$P_v = \frac{B_0 - B_1}{\text{Сальдо рах.26 поч.} + \text{Дт оборот рах.26}} , \quad (2.2)$$

де B_0 – сума відхилень на початок місяця;

B_1 – сума відхилень поточного місяця.

Сальдо початкове рахунку 26 «Готова продукція» має співвідноситись із сумою готової продукції у звіті та фактичною наявністю на складі.

Коли готова продукція компанії переходить у стадію дистрибуції, то відпущену продукцію відображають за обліковою ціною (табл. 2.2).

Таблиця 2.2 – Кореспонденція рахунків по обліку реалізації готової продукції на прикладі ПАТ «КИЇВХЛІБ»

№ з/п	Зміст господарської операції	Кореспонденція рахунків		Сума, грн
		дебет	кредит	
1	Списано «Батон нарізний київський» зі складу за обліковою ціною	901 «Собівартість реалізованої готової продукції»	26 «Готова продукція»	420 785
2	Відображено суму відхилення фактичної виробничої собівартості від облікової ціни виробу «Батон нарізний київський»	901 «Собівартість реалізованої готової продукції»	26 «Готова продукція»	(8 450)

Джерело: згруповано автором за інформацією [20; 25]

У результаті отримуємо по дебету субрахунку 901 суму фактичної виробничої собівартості виробу «Батон нарізний київський» – 412335 грн. Розрахунок ведеться відділом бухгалтерії на основі відхилень в аналітичному обліку та синтетичному обліку продукції.

Для аналітичного обліку вищезазначених відхилень по рахунку 26 «Готова продукція» рекомендується відкрити окремий загальний аналітичний рахунок «Відхилення виробничої собівартості продукції від її облікової вартості». За потреби доцільно відкривати аналітичні рахунки відхилень за окремими видами (або групами) готової продукції в межах асортименту [36].

У журналі №5 або №5-А ведеться синтетичний облік готової продукції. Кореспонденція міститься в розділі III за Д-т 90 «Собівартість реалізації» та К-т 23 «Виробництво», 25 «Напівфабрикати», 26 «Готова продукція». Крім того, в цьому розділі міститься відповідна інформація про загальну кількість реалізованої готової продукції за Д-т 26 «Готова продукція» [33].

Після закінчення виробничого процесу кінцева продукція оприбутковується за дебетом рахунку 26 і оформлюється в синтетичному обліку за фактичною виробничою собівартістю, яку визначають відповідно до НП(С)БО 16 Витрати [11].

Після реалізації готової продукції вона відображається за кредитом рахунку 26 «Готова продукція» за середньозваженою фактичною собівартістю. При цьому, оскільки продукція списується та оприбутковується за плановими або оптовими цінами, то будь-які відхилення між фактичною виробничою собівартістю та обліковою ціною також підлягають списанню [35].

У синтетичному обліку сальдо рахунку 26 завжди залишається виключно дебетове. Воно вказує на фактичні витрати підприємства на виробництво готової продукції на кінець звітного періоду.

Приклад кореспонденції рахунків по обліку готової продукції підприємства «КИЇВХЛІБ» наведено у табл. 2.3, суми умовні.

Інформація, зареєстрована в аналітичних регістрах, повинна відповідати даним у синтетичному обліку на останній день місяця [18].

Таблиця 2.3 – Кореспонденція рахунків по обліку випуску та реалізації готової продукції на прикладі ПАТ «КИЇВХЛІБ»

№ з/п	Зміст господарської операції	Кореспонденція рахунків		Сума, грн
		дебет	кредит	
1	Оприбутковано на склад готову продукцію «Пиріжок з вишнею»	26 «Готова продукція»	23 «Виробництво»	120 000
2	Списано продукцію «Пиріжок з вишнею», реалізовану покупцю ТОВ «ЕКОМАРКЕТ»	901 «Собівартість реалізованої готової продукції»	26 «Готова продукція»	70 000
3	Відображено реалізацію продукції «Пиріжок з вишнею» і заборгованість покупця ТОВ «ЕКОМАРКЕТ»	361 «Розрахунки з вітчизняними покупцями»	701 «Дохід від реалізації готової продукції»	92 500
4	Відображено податкове зобов'язання ПДВ	701 «Дохід від реалізації готової продукції»	641/ПДВ	15 416,67
5	Списано на фінансовий результат:			
	• собівартість реалізованої продукції	791 «Результат операційної діяльності»	901 «Собівартість реалізованої готової продукції»	70 000
	• дохід від реалізації	701 «Дохід від реалізації готової продукції»	791 «Результат операційної діяльності»	77083,33
6	Надійшла оплата від покупця ТОВ «ЕКОМАРКЕТ»	311 «Поточні рахунки в національній валюті»	361 «Розрахунки з вітчизняними покупцями»	92500

Джерело: згруповано автором за інформацією [20; 25]

Своєчасне внесення господарської інформації та ведення достовірного бухгалтерського обліку має дуже важливе значення для підприємства, на це є декілька причин. По-перше, це прийняття раціональних рішень на основі чіткого уявлення про фінансовий стан організації. По-друге, ведення достовірного бухгалтерського обліку відповідає вимогам законодавства України, а невиконання вимог несе за собою відповідальність. А по-третє, чітке уявлення про фінансовий стан компанії привертає увагу інвесторів та кредиторів.

На жаль, облік реалізації готової продукції має низку проблем. Дана тематика детально розглянута у роботі автора «Основні проблеми обліку реалізації готової продукції» (Додаток Л).

Щоб вдосконалити облік реалізації готової продукції можна вжити низку заходів. Ось деякі шляхи можливого вдосконалення:

1. Впровадження ERP – системи планування ресурсів підприємства. Пропоную розглянути можливість ERP-системи, яка інтегрує всі основні процеси підприємства, включаючи облік готової продукції. Дана система дозволяє об'єднати всі ключові процеси в одному місці: виробництво, склад, фінанси, збут, управління замовленнями та інше. Це допоможе підприємству автоматизувати процеси виробництва, забезпечити обмін інформацією між підрозділами.

2. Використання IoT-технології – інтернет речей. Можна використати для покращення автоматизованого обліку готової продукції. Наприклад, можна встановити датчик на обладнання або контейнер зберігання продукції, щоб автоматично передавати у комп'ютерну програму дані про кількість або вагу продукції, час виготовлення, автоматично відстежити вологість та температуру, при якій зберігається продукція, інші дані. Це дозволяє ефективніше передавати інформацію про рух готової продукції.

3. Мобільний доступ до системи обліку. Забезпечення мобільного доступу до системи обліку працівникам підприємства означає надати доступ до більшості даних та функцій з будь-якого місця розташування в будь-який час. На мою думку, це важлива функція, яка забезпечить більшу гнучкість і швидкість у роботі, дозволить співробітникам в режимі реального часу реєструвати вироблену продукцію, відстежувати запаси, контролювати якість та проводити інші операції навіть поза офісом. Можу привести приклад як працювала Нова Пошта у «блекаут». У працівників на мобільному телефоні встановлена робоча система («AWIS»), і якщо немає світла і немає можливості увімкнути комп'ютер, то працівники могли приймати та видавати відправлення через мобільний додаток на телефоні. Це значно полегшувало їхню роботу та не зупинило діяльність Нової Пошти у такий складний час.

Загалом, вдосконалення обліку готової продукції на хлібопекарському підприємстві «КИЇВХЛІБ» вимагає комбінації сучасних технологій та підготовки персоналу. Важливо забезпечити достатнє навчання та підтримку співробітників, щоб вони могли ефективно використовувати автоматизовану систему обліку та

стежити за її ефективністю. На мою думку, технології – це наше майбутнє, але важливо не забувати контролювати їхню діяльність.

2.3 Аналіз процесу реалізації готової продукції

Аналіз процесу реалізації готової продукції є важливою складовою ефективного управління бізнесом. Аналіз допомагає виявити проблемні аспекти в процесі реалізації продукції, такі як неефективні канали збуту, низька конверсія покупців, проблеми з логістикою тощо. Ідентифікація цих проблем дозволяє зосередитися на їх вирішенні та вдосконаленні процесу реалізації.

Крім того, аналіз допомагає підприємству визначити наскільки ефективно реалізовується продукція. Він дозволяє оцінити, чи досягаються поставлені цілі продажів, чи присутній зріст обсягів продажів та якість реалізації.

Щоб забезпечити прибутковість, підприємство повинно обмежити своє виробництво реальним обсягом товарів, які точно реалізуються. Тому реалізація готової продукції служить зв'язком між виробником і споживачем. Кількість виробленого товару напрямку визначається ринковим попитом.

На величину витрат, прибутку та загальну рентабельність бізнесу безпосередньо впливають темпи зростання обсягів реалізації готової продукції. Тому так важливо періодично проводити ретельний аналіз процесу продажу цієї продукції.

Основні напрямки цього аналізу включають:

- оцінка виконання плану реалізації готової продукції, в тому числі за асортиментом і структурою, аналіз сталості та динаміки, темпів реалізації;
- оцінка виконання договірних зобов'язань щодо поставки готової продукції, передбачає аналіз виконання місячного та загального за обраний час плану поставок конкретним споживачам, перевірку розмірів партій готової продукції та визначення необхідної кількості транспортних засобів, необхідних для успішної поставки;

- оцінка ринку збуту, включно з аналізом структури, місткості та частки ринку готової продукції;
- оцінка дистрибуційних мереж і каналів збуту кінцевої продукції, аналіз динаміки та структури збуту продукції, а також оцінка ступеня охоплення ринку;
- оцінка цінової політики підприємства на товарних ринках – полягає в аналізі змісту процедури ціноутворення та визначенні обґрунтованості конкретної ціни на продукцію, виходячи з рівня цін;
- оцінка того, як різні фактори впливають на коливання цих показників;
- розробка стратегій збільшення продажів готової продукції.

Важливо, щоб підприємство могло оцінити ефективність своєї реалізаційної діяльності та приймало необхідні заходи для покращення результативності. Аналіз реалізації готової продукції допомагає виявити недоліки та знайти шляхи для досягнення більших обсягів продажу продукції.

Аналіз реалізації продукції хлібобулочного виробництва «КИЇВХЛІБ» включає різні аспекти, насамперед такі як ринок збуту, конкурентні переваги, маркетингові стратегії, технологічні інновації та інші фактори, що впливають на успішність підприємства.

Оцінка ринку збуту важлива для визначення попиту на продукцію хлібобулочного виробництва. Це може включати аналіз демографічних факторів, споживчих тенденцій та попиту на ринку. При цьому слід враховувати конкуренцію з іншими виробниками хлібобулочних виробів, аналізувати їхні продукти, ціни та маркетингові стратегії.

Хлібобулочна галузь є найважливішою галуззю української економіки. Хліб становить 40% калорійності раціону харчування українців і вважається стратегічним напрямком для держави. Проте прикро, що в останнє десятиліття по всій Україні спостерігається послідовне падіння його виробництва. Щороку обсяги виготовленої продукції стають менше і менше. Це пояснюється зниженням попиту в основному сегменті ринку.

Нинішній ринок хліба демонструє тенденцію до зростання цін через різке подорожчання основних інгредієнтів, таких як борошно, цукор, яйця, олійно-

жирові продукти, а також підвищення цін на паливно-мастильні матеріали та енергоносії.

Протягом усього досліджуваного періоду, в країні спостерігалось послідовне падіння виробництва хліба. Одною із причин цього є стрімке підвищення цін на хлібобулочні вироби.

Індекс споживчих цін на хліб стабільно зростає, про що свідчить кумулятивний графік зміни середньомісячних цін на хліб пшеничний. На цьому графіку видно, що з березня 2017 року по травень 2023 року індекс зріс на 183,29 [36], що відповідає триразовому зростанню цін за цей проміжок часу [38].

Головною причиною зменшення попиту є зменшення населення. Це результат негативної демографічної ситуації, яка характеризується високою смертністю та низькою народжуваністю. Також цьому спаду сприяла міграція населення, а також вплив російської агресії. Крім того, відсутні дані про виробництво та споживання хлібу на окупованих територіях, тому вони не враховані в державній статистиці.

Останнім часом харчові звички українців зазнали змін. Багато людей взагалі припинили споживання хліба або споживають його в невеликих кількостях. Це може бути пов'язано з побоюванням щодо високої калорійності або негативного впливу вуглеводів на організм, адже зараз дуже популярне таке поняття як «здорове харчування». Деякі замінили традиційну українську кухню, наприклад, на східну (китайську, японську чи тайську), де випічці не приділяється основна увага.

Інші перейшли на «альтернативні» види хліба, такі як хліб з низьким вмістом вуглеводів, з високим вмістом білка, з насінням або без дріжджів тощо. Ці продукти часто упаковуються меншими порціями, що призводить до скорочення потреб у споживанні, а на національному рівні – скорочення на десятки тисяч тонн.

В цілому, «КИЇВХЛІБ» можна вважати монополістом на ринку хлібобулочних виробів міста Києва. Компанія має 195 фірмових філій власної мережі [25], крім цього доставляє свій хліб та хлібобулочні вироби в більшість супермаркетів столиці. Однак, продукція «КИЇВХЛІБ» не єдина на полицях столиці та області. Головними конкурентами компанії на даному ринку збуту є ТОВ

«Комбінат хлібопечення «Кулиничі»» та ТОВ «Хлібні інвестиції», як видно з рис. 2.4.



Рисунок 2.4 – Розподіл ринку хлібопекарської продукції в м. Києві та області

Джерело: складено автором за даними [39]

На думку автора, «КИЇВХЛІБ» може позмагатися на ринку тільки з київськими виробниками, або з найближчих міст до Києва. Це пов'язано з обмеженим терміном придатності продукції хлібобулочного виробництва, що значно скорочує радіус доставки продукції.

Наявність значного тіньового сегменту ринку є однією з першочергових проблем хлібобулочної галузі. Цей тіньовий сегмент створив середовище де чесна конкуренція не може процвітати. Він складається з численних дрібних виробників, такі як міні-пекарні та підприємства невеликої потужності, асортимент продукції яких зазвичай дуже різноманітний, що ускладнює розрізнення «хліба» від інших виробів. Ця проблема також стосується пекарень, розташованих на базі великих мережових супермаркетів.

Тим часом, великі «традиційні» виробники, в тому числі і акціонерне товариство «КИЇВХЛІБ», - борються з цією конкуренцією, оскільки обмежені здатністю переорієнтувати виробничі лінії для задоволення споживачів, не можуть

швидко змінити рецептуру, мають великі труднощі з доставкою продукції до віддалених населених пунктів, через низький термін споживання цієї продукції.

Процедура ціноутворення та обґрунтованість ціни на хлібобулочну продукцію акціонерного товариства «КИЇВХЛІБ» базується на кількох факторах. Сюди відносять: собівартість виробництва, маржу та прибуток, конкуренцію та попит.

Ціна на хлібобулочну продукцію включає в себе собівартість виробництва, яка включає витрати на сировину, енергію, оплату праці, обслуговування обладнання та інші витрати, що пов'язані з виробництвом хлібобулочних виробів. До собівартості додається прибуток, що визначається акціонерами або керівництвом підприємства.

Ціни на продукцію також можуть бути визначені в залежності від рівня конкуренції на ринку. Якщо на ринку будуть присутні багато постачальників, то ціни можуть бути нижчими, оскільки конкуренція спонукає компанію знижувати ціну на продукцію задля привернення уваги від покупців. Коли ж на ринку мало конкурентів або підприємство займає монопольне становище, то відповідно ціни на продукцію можуть бути високі. Конкуренція на ринку хлібобулочних виробів є досить високою, тому «КИЇВХЛІБ» тримає ціни на рівні конкурентів, не завищує їх, і крім цього привертає увагу покупців якістю продукції.

Попит на ринку також визначає ціну на конкретну продукцію. Якщо попит на певний вид продукції зростає, то компанії можуть підвищувати ціни, оскільки споживачі готові платити більше за цей продукт. Навпаки, якщо попит знижується, то компаніям доводиться знижувати ціну, щоб привернути більше покупців.

За даними статистики, рівень цін на хлібобулочну продукцію в Україні зазвичай залежить від кількох факторів: рівень інфляції, рівень конкуренції на ринку, сезонність попиту та витрати на виробництво [40].

Зважаючи на це, можна зробити висновок, що рівень цін на хлібобулочну продукцію акціонерного товариства «КИЇВХЛІБ» є досить обґрунтованим. Компанія має добре розвинуту мережу виробництва та постачання, що дозволяє їй забезпечувати ринок якісною продукцією. Також слід зазначити, що ціни на

продукцію ПАТ «КИЇВХЛІБ» зазвичай залежать від типу та якості продукту. Наприклад, ціна на хліб білий пшеничний зазвичай буде вищою, ніж на хліб чорний житній, оскільки витрати на виробництво першого продукту вищі.

Конкурентні переваги виробника хлібобулочних виробів також є важливим аспектом аналізу. Це може включати якість продукції, репутацію бренду, інноваційність та унікальність пропозицій бренду. Розуміння сильних сторін виробника допоможе визначити його конкурентну позицію на ринку.

Акціонерне товариство «КИЇВХЛІБ» – сучасний представник хлібопекарської галузі країни. Хлібокомбінати компанії оснащені передовою інноваційною технікою, що дозволяє виробляти широкий асортимент хліба та хлібобулочних виробів на будь-який смак. Секретом смачного виробу є команда фахівців, які мають високі навички поводження з обладнанням та професійно виконують свої обов'язки [40].

Товариство створило різноманітні соціальні медіа-платформи, включаючи Facebook, Instagram і власний корпоративний веб-сайт. Сам веб-сайт зручний, містить історію компанії, її опис, основні досягнення, контактну інформацію та форму для зворотного зв'язку. Це ще один доказ того, що головним пріоритетом компанії є її клієнти. Товари упаковані в пакети з логотипом, завдяки чому їх легко відрізнити від інших товарів. Співробітники «КИЇВХЛІБ» носять уніформу з логотипом підприємства, що ще більше підкреслює індивідуальність бренду.

На думку автора, підприємство має високу клієнтоорієнтованість, тому що воно намагається завжди задовольнити своїх споживачів. Якщо бувають випадки браку продукції, то компанія приносить свої вибачення на офіційних веб-порталах та пропонує споживачам різні пропозиції, щоб виправитись. Наприклад, коли через збій в програмі роботи технологічного обладнання в продаж потрапила продукція тостових хлібів «СуперТост» з пустотами, то компанія запропонувала споживачам обміняти один такий виріб на три штуки гарної якості та оплатити доставку за рахунок підприємства [41].

Усі ці елементи відрізняють акціонерне товариство від конкурентів.

Технологічні інновації також можуть впливати на реалізацію готової продукції хлібобулочного виробництва. Впровадження нових технологій може покращити ефективність виробництва, знизити витрати та підвищити якість продукції. Наприклад, автоматизація процесів виробництва на хлібокомбінатах товариства «КИЇВХЛІБ» забезпечила більшу точність у вимірюванні і змішуванні інгредієнтів, покращила регулювання температурних режимів та забезпечила стабільність якості продукції. Виробництво можна ще більше покращити, якщо запровадити технології, описані автором у розділі 2, підрозділі 2.2.

Для аналізу реалізації готової продукції підприємства доцільно враховувати дані про продажі, дохід та прибуток підприємства. На основі аналізованого періоду (табл. 2.4), можна побачити, що спостерігалась негативна динаміка щодо обсягу реалізації продукції, адже темп приросту мав від'ємне значення -6,19%. За 2019-2020 період обсяг реалізації продукції різко зріс, а потім за 2020-2021 відбувся різкий спад. Проте, не зважаючи на це, чистий дохід від реалізації продукції та чистий прибуток сумарно зросли на 57,62% та 52,22% відповідно.

Таблиця 2.4 – Основні показники діяльності ПАТ «КИЇВХЛІБ» за 2019-2021 рр. для аналізу реалізації готової продукції (тис. грн)

Найменування показників	Період			Темп приросту за досліджуваний період, %
	2019	2020	2021	
Чистий дохід від реалізації продукції	30 617	37 462	48 258	57,62
Чистий прибуток	7 026	8 978	10 695	52,22
Обсяг реалізації продукції, т	74 469	1 194 846	69 859	-6,19

Джерело: складено автором на основі фінансової звітності та [29]

Отже, збільшення доходу та прибутку свідчить про покращення фінансової результативності товариства. Одночасно зменшення обсягу реалізації продукції може вказувати на зниження споживчого попиту на продукцію або на зміни в ринкових умовах.

Зростання доходу та чистого прибутку при зменшенні обсягу реалізації може бути результатом оптимізації внутрішніх процесів підприємства, зниження витрат або підвищення цін на хлібобулочні вироби. Для збереження стійкого росту підприємство «КИЇВХЛІБ» повинно звернути увагу на вивчення причин

зменшення обсягу реалізації, а також подальше оптимізування стратегії з метою залучення нових клієнтів та збільшення ринкової частки.

Для збільшення обсягів реалізації готової продукції підприємства «КИЇВХЛІБ» можна використати різні заходи та стратегії. Найбільш дієві та відповідні для підприємства на думку автора:

1. Реклама і маркетинг. Вважаю, що підприємству доцільно звернути увагу на підвищення відомості своєї продукції серед цільової аудиторії. Крім соціальних медіа, можна використати додатково різні канали для реклами, а саме місцеві засоби масової інформації, а також застосовувати знижки, акції та промокоди, щоб залучити нових клієнтів та зберегти існуючих.

2. Впровадження online-торгівлі. Оскільки наше суспільство вже отримало досвід ізоляції від навколишнього світу та обмеження контактування між людьми у зв'язку з пандемією COVID-19, то наразі актуально оформлювати online-доставку чогось під двері, при цьому можна оплатити онлайн і навіть не контактувати з кур'єром. На думку автора, компанія «КИЇВХЛІБ» може розширити свою мережу відділом кур'єрської доставки. Потрібно забезпечити зручність оформлення замовлення, швидку доставку та безпечну оплату. Таким чином, потенційний клієнт робить замовлення на сайті компанії, замовляє свіжий хліб або смачну випічку, кур'єр забирає замовлення (або з фірмової мережі магазинів або напрямку зі складу), і доставляє його клієнту на визначений час у визначене місце. Це значно розширить потенційний ринок і залучить нових клієнтів. Клієнт значно заощаджує свій час, крім того має можливість отримати свіжу продукцію у той час, коли йому зручно, не відволікаючись від роботи або інших важливих справ. Також, клієнти можуть замовляти собі кур'єрську доставку на роботу в обідню перерву. Це дуже зручно для людей і значно розширить обсяг реалізації.

3. Зважаючи на все вищесказане, підприємству доцільно провести аналіз попиту та інтересів цільової аудиторії, й розширити асортимент тою продукцією, яка наразі актуальна. Можна розглянути можливість введення нових продуктів та рецептур, наприклад, це можуть бути хліб з протеїном (з високим вмістом білку), хліб з всілякими корисними добавками – з додаванням вівса, насіння соняшнику та

льону, гарбуза та моркви тощо, біо-хліб (без харчових добавок), хліб з низьким вмістом вуглеводів, бездріжджовий хліб тощо. Підприємству варто зосередитися на виробництві хліба з високим вмістом клітковини, адже це дуже корисно для здоров'я. Отже, ПАТ «КИЇВХЛІБ» потрібно максимально орієнтуватися на бажання споживачів, а для цього можна додатково використовувати зворотний зв'язок від клієнтів, наприклад, опитування у своїх соціальних мережах та реагувати на відгуки чи скарги.

Як висновок, можна сказати, що публічне акціонерне товариство «КИЇВХЛІБ» є прикладом успішної компанії, яка не тільки виробляє якісні хлібобулочні вироби, але й впроваджує різноманітні заходи для покращення свого виробництва та демонструє відповідальність перед суспільством. Підприємство активно застосовує інноваційні технології, щоб підвищити ефективність свого виробництва і забезпечити високу якість своєї продукції.

Позитивним фактом є те, що підприємство бере участь у різноманітних гуманітарних та благодійних заходах. Компанія «КИЇВХЛІБ» постачає свою продукцію за програмою ООН жителям окупованих територій та територій, що знаходяться близько до воєнних дій, також постачає хліб та випічку на фронт нашим захисникам. Компанія різними способами намагається допомагати населенню країни, що постраждали від російської агресії. Про це свідчать публікації на їх сторінці в Facebook [42], де є докази, що підприємство «КИЇВХЛІБ» допомагає мешканцям окупованих територій, надає продукти першої необхідності, щоб підтримати їх в цей складний час.

Це свідчить про соціальну відповідальність підприємства та його бажання допомагати тим, хто цього потребує. Участь у таких заходах допомагає виробнику будувати позитивне співвідношення з громадськістю та сприяє формуванню сильної корпоративної культури.

Не можна не відзначити, що «КИЇВХЛІБ» має вражаючі показники. Компанія була і залишається столичним лідером хлібобулочного виробництва, широко відома високою якістю продукції і конкурентоспроможністю на ринку. Ці

показники свідчать про те, що підприємство має ефективну стратегію управління, а також зосереджене на задоволенні потреб споживачів.

ВИСНОВКИ

Дослідження, проведене у роботі, дозволяє сформулювати такі висновки:

1. У теоретичній частині було проаналізовано трактування поняття «готова продукція» різними науковцями, тому з цього стало зрозуміло, що економісти та науковці не прийшли до єдиної думки щодо визначення поняття «готової продукції». Автором було проведено аналіз дефініцій і, виходячи зі спільних рис між ними, сформовано одну загальну. Щодо класифікації готової продукції, то поділяють її за формою, ступенем готовності та технологічною складністю. Тим не менш, це не вичерпний список, і можна сформулювати більш детальні класифікації в рамках конкретного контексту або бажань користувача. У роботі було детально розглянуто процес оцінки готової продукції. Формування оцінки здійснюється на основі НП(С)БО 9 за первісною вартістю. У разі вибуття підприємство може оцінити готову продукцію одним із методів оцінки вибуття за НП(С)БО 9, що залежить від облікової політики.

2. Основним завданням обліку реалізації готової продукції є забезпечення точного та своєчасного відображення всіх господарських операцій, що пов'язані з готовою продукцією, а також визначення фінансових результатів реалізації підприємства. Зрештою, це допомагає підприємству досягти високої ефективності, конкурентоспроможності, збільшити свій дохід та прибуток, а також оптимізувати витрати.

3. Нормативне регулювання обліку готової продукції та її реалізації включає в себе національні стандарти бухгалтерського обліку та законодавчі акти, що пов'язані з бухгалтерським обліком та реалізацією. Також сюди відносять План рахунків та Інструкцію до нього, методичні рекомендації, МСФЗ, МСБО та інші нормативні акти, що затверджуються на кожному суб'єкті господарювання окремо.

4. У роботі було проведено детальне дослідження фінансово-господарської діяльності ПАТ «КИЇВХЛІБ». Результати дослідження показали, що компанія є столичним лідером та одним з найбільших виробництв в Україні серед інших промислових виробників хлібобулочної продукції, розпочала свою

діяльність дуже давно та за мету ставить забезпечення кожної родини свіжою випічкою. Підприємство має дуже широкий асортимент продукції, яку постачають для продажу у власних фірмових мережах або іншим роздрібним продавцям, а також для споживання в ресторанах, кафе, закладах освіти, військових частинах тощо. «КІЇВХЛІБ» постійно займається модернізацією свого обладнання, завдяки чому мають можливість розширювати виробничі потужності. За досліджуваний період компанія показала значні результати.

5. Було детально розглянуто процес реалізації готової продукції на даному підприємстві та описано як відбувається процес документального оформлення реалізації. Наведено основні форми первинних документів, що використовуються підприємством «КІЇВХЛІБ» та з'ясовано яким чином підприємство намагається автоматизувати цей процес.

6. Описано порядок організації синтетичного та аналітичного обліку реалізації підприємства. В ПАТ «КІЇВХЛІБ» бухгалтерський облік ведеться за журнальною формою. Для оформлення реалізації продукції хлібокомбінати використовують картки та книги складського обліку. Основний рахунок – 26 «Готова продукція». При аналітичному обліку продукція обліковується або за плановою ціною, або за оптовими цінами у відомостях 5.1 та 3.1. Синтетичний облік оформлюється документально і оприбутковується за фактичною виробничою собівартістю в журнал №5 або №5А. Будь-які відхилення також повинні бути включені в бухгалтерський облік наприкінці періоду.

7. З аналізу процесу реалізації готової продукції на ПАТ «КІЇВХЛІБ» випливає, що це дійсно велика, конкурентоспроможна компанія, про що свідчить багато фактів. На ринку столиці компанію можна вважати за монополіста, оскільки її частка становить приблизно половину ринку хлібобулочних виробів. Однак, компанія стикається з багатьма проблемами на шляху, які впливають на її обсяг реалізації. Сюди відносять значний тіньовий сегмент, зниження попиту на хлібобулочну продукцію, збільшення цін на сировину. З проведеного аналізу основних фінансових показників видно, що за досліджуваний період 2019-2021 роки обсяг реалізації компанії знизився на 6,19%. Але за цей час дохід та прибуток

компанії збільшилися, відповідно на 57,62% та 52,22%. На думку автора, це може означати, що ПАТ «КИЇВХЛІБ» підняло реалізаційні ціни на продукцію або відбулася оптимізація витрат на виробництво, тому підприємство не втратило прибуток попри зменшення обсягу реалізації.

8. В ході дослідження були встановлені проблеми процесу обліку реалізації готової продукції та запропоновано можливі шляхи вдосконалення. Основні проблеми було досліджено у науковій роботі автора (додаток Л). До проблем відносять – недостатньо точний облік реалізації продукції, недостатня автоматизація, недостатня якість інформації, неефективна система обліку та система внутрішнього контролю, а також неправильний розподіл обов'язків між працівниками. На основі дослідження було наведено такі шляхи вдосконалення обліку процесу реалізації:

- впровадження системи планування ресурсів підприємства (ERP) – дозволить поєднати та автоматизувати виробничі процеси підприємства, забезпечуючи обмін інформацією між підрозділами;
- автоматизацію обліку готової продукції можна значно підвищити за рахунок використання технологій Інтернету речей (IoT);
- забезпечити зручність доступу до бухгалтерської системи через мобільні пристрої з будь-якого місця та в будь-який час;
- впровадження онлайн-комерції – це стратегія, спрямована на збільшення кількості реалізації;
- провести аналіз попиту та інтересів цільової аудиторії задля розширення асортименту продукції актуальними товарами.

Застосування цих заходів ПАТ «КИЇВХЛІБ» дасть змогу удосконалити облік реалізації готової продукції, що посприє ефективності діяльності виробництва, підвищенню конкурентоспроможності, автоматизує виробничий процес, дасть можливість підвищити обсяги реалізації продукції та отримати більший прибуток, оптимізувати витрати.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 "Запаси" : затв. наказом Міністерства фінансів України від 20.10.1999 №246. Дата оновлення: 01.01.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99#Text> (дата звернення: 22.04.2023).
2. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій : затв. наказом Міністерства фінансів України від 30.11.1999 р. № 291. Дата оновлення: 29.07.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99#Text> (дата звернення: 22.04.2023).
3. Сопко В. В. Бухгалтерський облік: навч. посібн. 3-тє вид., перероб. і доп. Київ : КНЕУ, 2002. 578 с.
4. Ткаченко Н. М. Бухгалтерський (фінансовий) облік, оподаткування і звітність: підручник. 7-ме вид. допов. і перероб. Київ : Алерта, 2016. 928 с.
5. Шваб Л.І. Економіка підприємства: навч.посіб. Київ : Каравела, 2005. 568 с.
6. Писаренко Т.М. Характеристика діючої методики організації обліку готової продукції. *Луцький національний технічний університет. Економічні науки*. 2015. Вип. 12 (45). Ч.1. С. 231-239.
7. Сук Л.К., Сук П.Л. Організація бухгалтерського обліку: підручник. Київ : Каравела. 2009. 624 с.
8. Бухгалтерський облік в галузях народного господарства: підручник / за заг. ред. О.В. Зінкевич, С.О. Левицька, М.М. Мосійчук, І.П. Нагавичко, О.Б. Немкович. Рівне : НУВГП, 2006. 268 с.
9. Фінансовий облік: навч. посібн.: в 2 ч. / за заг. ред. Є. Ю. Шара, І. Є. Соколовська-Гонтаренко. Київ : «Видавництво «Центр учбової літератури», 2016. Ч. 1. 336 с.

10. Бутинець Т. А., Чижевська С. Л., Береза С. Л. Бухгалтерський облік: навч. посіб. для студ. вузів спец. 7.050201 «Менеджмент організації» та 7.050107 «Економіка підприємства» / за ред. Ф. Ф. Бутинця. Житомир: ЖІТІ, 2000. 672 с.

11. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 "Витрати" : затв. наказом Міністерства фінансів України від 31.12.1999 №318. Дата оновлення: 03.11.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00Text> (дата звернення: 26.04.2023).

12. Макарова А.С., Мушта В.В. Удосконалення обліку та формування собівартості готової продукції підприємства. *Придніпровська державна академія будівництва та архітектури. Економіка і суспільство*. 2016. Вип. 3. С. 527-533. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/3_ukr/90.pdf (дата звернення 26.04.2023).

13. Ворона Н., Білова Н., Нестеренко М. Запаси на підприємстві. 5. Облік вибуття запасів. [Електронний ресурс]. *Податки & бухоблік*. 2014. Вип. 67. URL: <https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2014/august/issue-67/article-1342.html> (дата звернення 26.04.2023).

14. Візіренко С.В., Агаркова О.В. Організація обліку процесу реалізації готової продукції. *Запорізький національний технічний університет. Економічна наука*. 2018. Вип. 24. С. 36-42. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/24_2018/8.pdf (дата звернення 26.04.2023).

15. Бухгалтерський облік: навч. посіб. / за заг. ред. І.Б. Садовська, Т.В. Божидарнік, К.Є. Нагірська. Київ : «Центр учбової літератури», 2013. 688 с. URL: <https://financial.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/09/Sadovs-ka-.B.-Bukhhalters-kuu-oblk-2013.pdf> (дата звернення: 28.04.2023).

16. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 2 (МСБО 2). Запаси : стандарт IASB від 01.01.2012. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_021#Text (дата звернення: 28.04.2023).

17. Податковий кодекс України : Кодекс України від 02.12.2010 №2755-VI. Дата оновлення: 06.05.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (дата звернення 06.05.2023).

18. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV. Дата оновлення: 10.08.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text> (дата звернення: 28.04.2023).

19. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 "Дохід" : затв. наказом Міністерства фінансів України від 29.11.1999 №290. Дата оновлення: 03.11.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99#Text> (дата звернення: 28.04.2023).

20. Про затвердження Плану рахунків бухгалтерського обліку та Інструкції про його застосування : затв. наказом Міністерства фінансів України від 30.11.1999 р. № 291. Дата оновлення: 29.07.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0892-99#Text> (дата звернення: 28.04.2023).

21. Про затвердження Методичних рекомендацій з бухгалтерського обліку запасів : затв. наказом Міністерства фінансів України від 10.01.2007 №2. Дата оновлення: 14.01.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0002201-07#Text> (дата звернення: 28.04.2023).

22. Винятинська Л.В., Нижник Т.М. Стандартизація та гармонізація бухгалтерського обліку запасів: порівняльний аспект. *Мукачівський державний університет. Бухгалтерський облік, аналіз та аудит*. 2018. Вип. 17. С. 634-638. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/17_ukr/93.pdf (дата звернення: 01.05.2023).

23. Коблянська Г.Ю., Ревенко К.О. Порівняльна характеристика ПСБО 9 «Запаси» і МСБО 2 «Запаси». *Економіка: теорія та практика*. 2014. Вип. 2. С. 50-55. URL: <http://xn--e1ajqk.kiev.ua/wp-content/uploads/2019/12/PSBO-9-zapasi-i-msbo-2-porivnyannya.pdf> (дата звернення: 01.05.2023).

24. Київхліб [Електронний ресурс]. Доступ із інформ. системи «Вікіпедія». URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B8%D1%97%D0%B2%D1%85%D0%B%D1%96%D0%B1> (дата звернення: 01.05.2023).

25. Офіційний веб-сайт компанії «Київхліб» [Електронний ресурс] : [Веб-сайт]. URL: <https://kyivkhliv.ua/about/> (дата звернення: 01.05.2023).

26. ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «УКРАЇНСЬКІ ХЛІБНІ ТРАДИЦІЇ» [Електронний ресурс] : [Веб-сайт]. База даних YouControl. URL: <https://youcontrol.com.ua/contractor/?id=8430600> (дата звернення: 03.05.2023).

27. Низовець А. Яке борошно вибрати: пшеничне, кукурудзяне, вівсяне чи житнє. У чому різниця. [Електронний ресурс] : [Веб-сайт]. 2021. URL: <https://life.liga.net/poyasnennya/cards/kakuyu-muku-vybrat-pshenichnuyu-kukuruznuyu-ovsyanyu-ili-rjanyu-v-chem-raznitsa> (дата звернення: 05.05.2023).

28. Компанія «КИЇВХЛІБ» [Електронний ресурс]. 2018. URL: https://kyivkhlhb.ua/wp-content/uploads/2017/11/2018_prezentatsiya_Kiyivhdib_I_HBI_PDН.pdf (дата звернення: 05.05.2023).

29. Rabota.ua вакансії «Київліб» [Електронний ресурс] : [Веб-сайт]. – Електронні дані. URL: <https://rabota.ua/ua/company892285> (дата звернення: 05.05.2023).

30. Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України: вебсайт. URL: <http://www.smida.gov.ua>. <https://smida.gov.ua/db/emitent/year/xml/showform/115435/156/templ> (дата звернення: 15.05.2023).

31. Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України: вебсайт. URL: <https://smida.gov.ua/db/prof/00381574> (дата звернення: 15.05.2023).

32. Українець М.І. Особливості організації обліку готової продукції та її реалізації на виробничому підприємстві. *Institutional Repository of Vadym Hetman Kyiv National Economic University*. С. 208-210. URL: <https://core.ac.uk/reader/32610653> (дата звернення: 15.05.2023).

33. Про затвердження Методичних рекомендацій по застосуванню регістрів бухгалтерського обліку: затв. наказом Міністерства фінансів України від 29.12.2000 №356. Дата оновлення: 21.07.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0356201-00#Text> (дата звернення: 15.05.2023).

34. Беренда Н.І., Галкіна Т.Ф. Особливості обліку та реалізації готової продукції на ДП ПАТ «КИЇВХЛІБ» «Хлібокомбінат №12». *Збірник наукових праць*

з актуальних проблем економічних наук. 2013. С. 67-72. URI: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/handle/123456789/8358> (дата звернення: 17.05.2023).

35. Павлюк І.М. Основи бухгалтерського обліку на підприємствах і в організаціях України : Практ. навч. посіб. Івано-Франківськ, 2001. 312 с.

36. Царевська Т. Облік готової продукції. [Електронний ресурс]. *Податки&бухоблік*. 2019. Вип. 99. URL: <https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2019/december/issue-99/article-105874.html> (дата звернення: 17.05.2023).

37. Індекс цін на продукти. Хлібо-булочні продукти: хліб (хліб пшеничний) : веб-сайт МінФін. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/markets/wares/prods/bakery/bread/wheat/> (дата звернення: 19.05.2023).

38. Ціни на продукти. Хлібо-булочні продукти: хліб пшеничний : веб-сайт МінФін. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/markets/wares/prods/bakery/bread/wheat/> (дата звернення: 19.05.2023).

39. Гальчинська Ю. М., Поспєєва Ю. О. Маркетингові дослідження конкурентної частки ПАТ «Київхліб» на ринку хлібобулочної продукції в Україні. *Ефективна економіка*. 2017. Вип. 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5861> (дата звернення: 19.05.2023).

40. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] : [Веб-сайт]. – Електронні дані. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 19.05.2023).

41. Facebook.com [Електронний ресурс] : [Інтернет-портал]. – Електронні дані. URL: <https://www.facebook.com/kyivkhlb1930/posts/pfbid0AmJ7jgwWZm5JgjF8j7cmAp7Q7nswPMqAa1YvZChW3e34GSnWg6wYcGaZXJxUYa6Cl> (дата звернення: 16.05.2023).

42. Facebook.com [Електронний ресурс] : [Інтернет-портал]. – Електронні дані. URL: <https://www.facebook.com/kyivkhlb1930> (дата звернення: 16.05.2023).

ДОДАТКИ

Додаток А

Таблиця А.1 – Тракткування поняття «готова продукція» у наукових працях

Автор	Визначення
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 [1, с. 152].
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 [2, с. 671].
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 [3, с. 23].
Писаренко Т.М.	Готова продукція – об'єкт облікової системи промислового підприємства, що поєднує організаційні інструменти обліку виробництва і продажу продукції, виступає засобом для досягнення основної мети функціонування підприємства [4, с. 239].
Сук Л.К., Сук П.Л.	Готовою є продукція, виготовлена на підприємстві, призначена для продажу і яка відповідає технічним та якісним характеристикам, передбаченим договором або іншим нормативно-правовим актом [5, с. 407].
Зінкевич О.В., Левицька С.О., Мосійчук М.М., Нагавичко І.П., Немкович О.Б.	До готової належить продукція, обробка якої закінчена та яка пройшла випробування, приймання, укомплектування згідно з умовами договорів із замовниками і відповідає технічним умовам і стандартам [6].

Таблиця А.2 – Основна інформація про компанію ПрАТ «Українські хлібні традиції»

Параметр	Інформація
ЄДРПОУ	00381574
Повне найменування юридичної особи	Приватне акціонерне товариство «УКРАЇНСЬКІ ХЛІБНІ ТРАДИЦІЇ»
Уповноважені особи	Михайловський Олександр Романович (тимчасово виконуючий обов'язки керівника)
Розмір статутного капіталу	39 621 103,00 грн
Організаційно-правова форма	Акціонерне товариство
Форма власності	Недержавна власність
Види діяльності	Основний: 10.71 Виробництво хліба та хлібобулочних виробів; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок нетривалого зберігання Інші: 46.21 Оптова торгівля зерном, необробленим тютюном, насінням і кормами для тварин 46.33 Оптова торгівля молочними продуктами, яйцями, харчовими оліями та жирами 46.38 Оптова торгівля іншими продуктами харчування, у тому числі рибою, ракоподібними та молюсками 46.74 Оптова торгівля залізними виробами, водопровідним і опалювальним устаткуванням і приладдям до нього 70.22 Консультування з питань комерційної діяльності й керування 33.20 Установлення та монтаж машин і устаткування
Дата реєстрації	12.07.1995
Органи управління юридичної особи	Загальні збори акціонерів, Правління
Галузь	Харчова промисловість
Адреса	Україна, м. Київ, 04080, вул. Межигірська, 83

Джерело: складено автором на основі [7]

Список використаних джерел:

1. Сопко В. В. Бухгалтерський облік: навч. посібн. 3-тє вид., перероб. і доп. Київ : КНЕУ, 2002. 578 с.
2. Ткаченко Н. М. Бухгалтерський (фінансовий) облік, оподаткування і звітність: підручник. 7-ме вид. допов. і перероб. Київ : Алерта, 2016. 928 с.
3. Шваб Л.І. Економіка підприємства: навч.посіб. Київ : Каравела, 2005. 568 с.
4. Писаренко Т.М. Характеристика діючої методики організації обліку готової продукції. *Луцький національний технічний університет. Економічні науки*. 2015. Вип. 12 (45). Ч.1. С. 231-239 .
5. Сук Л.К., Сук П.Л. Організація бухгалтерського обліку: підручник. Київ : Каравела. 2009. 624 с.

6. Бухгалтерський облік в галузях народного господарства: підручник / за заг. ред. О.В. Зінкевич, С.О. Левицька, М.М. Мосійчук, І.П. Нагавичко, О.Б. Немкович. Рівне : НУВГП, 2006. 268 с.

7. ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «УКРАЇНСЬКІ ХЛІБНІ ТРАДИЦІЇ»
[Електронний ресурс] : [Веб-сайт]. База даних YouControl. URL:
<https://youcontrol.com.ua/contractor/?id=8430600> (дата звернення: 03.05.2023).

Додаток Б

Таблиця Б.1 – Баланс (звіт про фінансовий стан) ПАТ «КИЇВХЛІБ за 2019 р.

БАЛАНС (ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВИЙ СТАН)

на 31 грудня 2019 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	8	-
первісна вартість	1001	29	28
накопичена амортизація	1002	(20)	28
Незавершені капітальні інвестиції	1005		
Основні засоби	1010	178	121
первісна вартість	1011	673	722
знос	1012	(495)	(601)
Інвестиційна нерухомість	1015		
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		
інші фінансові інвестиції	1035		
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		
Відстрочені податкові активи	1045		
Інші необоротні активи	1090		
Усього за розділом I	1095	186	149
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	71	120
Поточні біологічні активи	1110		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	304	55
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130		21
з бюджетом	1135		
у тому числі з податку на прибуток	1136		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	3249	12839
Поточні фінансові інвестиції	1160	12983	35165
Гроші та їх еквіваленти	1165	121	593
Витрати майбутніх періодів	1170	2722	6739
Інші оборотні активи	1190		
Усього за розділом II	1195	19540	55532
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	19636	55681

Пасив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	7502	9502
Капітал у дооцінках	1405		
Додатковий капітал	1410	69	
Резервний капітал	1415	68	68
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(4589)	(2538)
Неоплачений капітал	1425	()	()
Вилучений капітал	1430	()	()
Усього за розділом I	1495	3050	7032
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		
Довгострокові кредити банків	1510	19595	30220
Інші довгострокові зобов'язання	1515		
Довгострокові забезпечення	1520		
Цільове фінансування	1525		
Усього за розділом II	1595	19595	30220
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600		
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615	127	295
розрахунками з бюджетом	1620	1	
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625	2	2
розрахунками з оплати праці	1630	6	16
Поточні забезпечення	1660		51
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690	2854	18065
Усього за розділом III	1695	2990	18429
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	19636	55681

Додаток В

Таблиця В.1 – Звіт про фінансові результати (звіт про сукупний дохід) ПАТ «КІЇВХЛІБ за 2019 р.

ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ (ЗВІТ ПРО СУКУПНИЙ ДОХІД)

ЗІ СІЧЕНЬ-ГРУДЕНЬ 2019 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	30617	25699
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(21855)	(20003)
Валовий: прибуток	2090	8762	5696
збиток	2095	()	()
Інші операційні доходи	2120	4348	1539
Адміністративні витрати	2130	(1402)	(3292)
Витрати на збут	2150	(181)	(1063)
Інші операційні витрати	2180	(1086)	(204)
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	10441	2676
збиток	2195	()	()
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220		202
Інші доходи	2240		
Фінансові витрати	2250	(636)	(1001)
Втрати від участі в капіталі	2255	()	()
Інші витрати	2270	(973)	()
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	8832	
збиток	2295	()	()
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(1806)	(340)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	7026	1537
збиток	2355	()	()

Додаток Д

Таблиця Д.1 – Баланс (звіт про фінансовий стан) ПАТ «КИЇВХЛІБ за 2020 р.

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	-	-
первісна вартість	1001	28	28
накопичена амортизація	1002	28	28
Незавершені капітальні інвестиції	1005		
Основні засоби	1010	121	127
первісна вартість	1011	722	545
знос	1012	(601)	(418)
Інвестиційна нерухомість	1015		
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		
інші фінансові інвестиції	1035		
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		
Відстрочені податкові активи	1045		
Інші необоротні активи	1090		
Усього за розділом I	1095	149	966
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	120	421
Поточні біологічні активи	1110		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	55	193
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	21	(248)
з бюджетом	1135		36
у тому числі з податку на прибуток	1136		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	12839	20017
Поточні фінансові інвестиції	1160	35165	36638
Гроші та їх еквіваленти	1165	593	4815
Витрати майбутніх періодів	1170	6739	6737
Інші оборотні активи	1190		
Усього за розділом II	1195	55532	68609
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	55681	69575

Пасив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	9502	9502
Капітал у дооцінках	1405		
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415	68	68
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(2538)	(4519)
Неоплачений капітал	1425	()	()
Вилучений капітал	1430	()	()
Усього за розділом I	1495	7032	5051
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		
Довгострокові кредити банків	1510	30220	41075
Інші довгострокові зобов'язання	1515		
Довгострокові забезпечення	1520		
Цільове фінансування	1525		
Усього за розділом II	1595	30220	41075
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600		
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615	295	268
розрахунками з бюджетом	1620		2
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625	2	(7)
розрахунками з оплати праці	1630	16	
Поточні забезпечення	1660	51	
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690	18065	23134
Усього за розділом III	1695	18429	23449
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	55681	69575

Додаток Ж

Таблиця Ж.1 – Звіт про фінансові результати (звіт про сукупний дохід) ПАТ
«КІЇВХЛІБ за 2020 р.

ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ (ЗВІТ ПРО СУКУПНИЙ ДОХІД)

ЗІ СІЧЕНЬ-ГРУДЕНЬ 2020 Р.

Форма № 2 Код за ДКУД 1801003

І. 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	37463	30617
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(29705)	(21855)
Валовий: прибуток	2090	7758	8762
збиток	2095	()	()
Інші операційні доходи	2120	6781	4348
Адміністративні витрати	2130	(2038)	(1402)
Витрати на збут	2150	(132)	(181)
Інші операційні витрати	2180	(155)	(1086)
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	12214	10441
збиток	2195	()	()
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220		
Інші доходи	2240		
Фінансові витрати	2250	(223)	(636)
Втрати від участі в капіталі	2255	()	()
Інші витрати	2270	(201)	(973)
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	11790	8832
збиток	2295	()	()
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(2812)	(1806)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	8978	7026
збиток	2355	()	()

Таблиця И.1 – Баланс (звіт про фінансовий стан) ПАТ «КИЇВХЛІБ за 2021р.

БАЛАНС (ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВИЙ СТАН)

на 31 грудня 2021 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	-	-
первісна вартість	1001	28	28
накопичена амортизація	1002	28	28
Незавершені капітальні інвестиції	1005		
Основні засоби	1010	127	107
первісна вартість	1011	545	567
знос	1012	(418)	(460)
Інвестиційна нерухомість	1015		
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		
інші фінансові інвестиції	1035		
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		
Відстрочені податкові активи	1045		
Інші необоротні активи	1090		
Усього за розділом I	1095	966	2674
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	421	420
Поточні біологічні активи	1110		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	193	183
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	(248)	
з бюджетом	1135	36	6
у тому числі з податку на прибуток	1136		
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	20017	20642
Поточні фінансові інвестиції	1160	36638	35329
Гроші та їх еквіваленти	1165	4815	4319
Витрати майбутніх періодів	1170	6737	5535
Інші оборотні активи	1190		
Усього за розділом II	1195	68609	66434
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		
Баланс	1300	69575	135542

Пасив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	9502	9502
Капітал у дооцінках	1405		
Додатковий капітал	1410		
Резервний капітал	1415	68	68
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	(4519)	(4279)
Неоплачений капітал	1425	()	()
Вилучений капітал	1430	()	()
Усього за розділом I	1495	5051	5291
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		
Довгострокові кредити банків	1510	41075	43309
Інші довгострокові зобов'язання	1515		
Довгострокові забезпечення	1520		
Цільове фінансування	1525		
Усього за розділом II	1595	41075	43309
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600		
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615	268	1182
розрахунками з бюджетом	1620	2	19
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625	(7)	140
розрахунками з оплати праці	1630		521
Поточні забезпечення	1660		
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690	23134	18595
Усього за розділом III	1695	23449	20508
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700		
Баланс	1900	69575	135542

Додаток К

Таблиця К.1 – Звіт про фінансові результати (звіт про сукупний дохід) ПАТ «КИЇВХЛІБ за 2021 р.

ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ (ЗВІТ ПРО СУКУПНИЙ ДОХІД)

ЗІ СІЧЕНЬ-ГРУДЕНЬ 2021 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	48258	37463
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(39682)	(29705)
Валовий: прибуток	2090	8576	7758
збиток	2095	()	()
Інші операційні доходи	2120	7110	6781
Адміністративні витрати	2130	(2215)	(2038)
Витрати на збут	2150	(169)	(132)
Інші операційні витрати	2180	(79)	(155)
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	13223	12214
збиток	2195	()	()
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220		
Інші доходи	2240	2109	
Фінансові витрати	2250	(31)	(223)
Втрати від участі в капіталі	2255	()	()
Інші витрати	2270	(389)	(201)
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	14912	11790
збиток	2295	()	()
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(4217)	(2812)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	10695	8978
збиток	2355	()	()

З М І С Т

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ ЗА НАПРЯМАМИ

Розділ 1. Актуальні проблеми розвитку теорії і практики бухгалтерського обліку та звітності

<i>Арполенко Л.О.</i>	Особливості обліку інвентаризації активів підприємства та контролю розрахунків за відшкодування завданих збитків.	8
<i>Барковець І.Ю.</i>	Напрями удосконалення обліку виробничих запасів підприємства.	10
<i>Бездушиний В.І.</i>	Особливості методології складання консолідованої фінансової звітності.	12
<i>Беренич М.М.</i>	Проблеми організації обліку запасів на підприємстві.	14
<i>Білик К.Ю.</i>	Кредити банків в іноземній валюті та їх облік.	17
<i>Блаженко Є.О.</i>	Особливості облікової політики підприємства щодо основних засобів.	19
<i>Блінська Д.С.</i>	Основні проблеми обліку реалізації готової продукції.	21
<i>Бухарінова І.А.</i>	Сучасні тенденції автоматизації обліку основних засобів.	23
<i>Гаврилюк Х.К.</i>	Проблеми впровадження автоматизованих інформаційних систем у процеси бухгалтерського обліку.	25
<i>Гайдук А.Р.</i>	Ноу-хау: сутність та облікове забезпечення.	27
<i>Гірча Н.А.</i>	Організація обліку витрат на різних об'єктах будівництва.	30
<i>Гончарук А.С.</i>	Значення бухгалтерського обліку власного капіталу приватного акціонерного товариства в сучасних умовах економіки.	32
<i>Гребенюк А.Г.</i>	Особливості обліку оплати праці в умовах воєнного стану.	34
<i>Грицюк І.Г.</i>	Особливості обліку електронних грошей.	36
<i>Гурняк А.О.</i>	Актуальні питання амортизації необоротних активів підприємства.	38
<i>Денисенко Т.С.</i>	Порівняльний аналіз складання фінансових звітів за різними стандартами: ЗПБО США (US GAAP) та МСФЗ (IFRS).	41
<i>Єлькін В.О.</i>	Стан та проблематика податкового механізму акцизного податку.	43
<i>Канельська А.В.</i>	Фінансові результати діяльності підприємств: їх стан та чинники впливу при воєнному стані.	45
<i>Клігунова А.А.</i>	Порядок створення та обліку резерву сумнівних боргів як елемент облікової політики підприємства.	47
<i>Князева О.О.</i>	Інформаційно-аналітичне забезпечення оцінювання ефективності роботи працівників підприємства.	50
<i>Коряк А.С.</i>	Функції бухгалтерського обліку: сутність та вимоги.	52
<i>Костенко А.С.</i>	Проблеми визнання, оцінки та обліку дебіторської заборгованості.	54
<i>Кравченко Б.О.</i>	Бухгалтерсько-правовий аспект торгівлі в інтернет-магазині.	56
<i>Кривенко Т.С.</i>	Особливості формування фінансових результатів сільськогосподарських підприємств.	58
<i>Лавриненко Ю.С.</i>	Штучний інтелект: особливості впровадження в практику інформаційного забезпечення управління.	60
<i>Лях А.С.</i>	Нематеріальні активи: економічна сутність та класифікація.	63
<i>Макаревська В.В.</i>	Особливості обліку основних засобів в умовах воєнного стану.	65
<i>Містюк М.О.</i>	Підходи щодо відображення інформації про працю та її оплату в обліковій політиці підприємства.	67

Блінська Д.С.,

*студентка ф-ту ОПМ, 4 курсу, спец. 071 «Облік і оподаткування»,
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана,*

*Науковий керівник – Кірданов М.Г. – к.е.н.,
доцент кафедри бухгалтерського обліку та консалтингу*

ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ РЕАЛІЗАЦІЇ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

Облік реалізації готової продукції на підприємстві є дуже важливим аспектом фінансового управління. На підприємствах часто виникають проблеми, пов'язані з обліком реалізації продукції, які можуть суттєво вплинути на його фінансову стійкість.

Це питання розглядалося багатьма відомими науковцями та економістами, такими як: Бутинець Ф.Ф., Сопко В.В., Валуєв Б.І., Жилкіна Л.В. та інші. Проте, тема проблемних питань обліку реалізації готової продукції потребує подальшого дослідження.

Відповідно до НП(С)БО 9 «Запаси» готовою продукцією вважаються готові вироби, які призначені для продажу та відповідають всім технічним та якісним характеристикам, передбаченим договором або іншими нормативно-правовими актами [1]. Для виробничого підприємства головне значення має реалізація готової продукції. Саме готова продукція і її реалізація є найважливішими економічними показниками в діяльності підприємства [2]. Від кількості та ціни відвантаженої продукції залежить розмір прибутку підприємства.

Основним способом досягнення максимальної економічної ефективності в діяльності підприємства є, в тому числі, удосконалення чинної системи обліку реалізації готової продукції, а для цього спочатку потрібно визначити «болючі місця». Ось декілька основних проблем, які я вважаю актуальними:

1. Недостатньо точний облік реалізації продукції. Недостатньо точний облік реалізації продукції може призвести до того, що підприємство не зможе точно визначити обсяг продажів і прибуток. Це може вплинути на прийняття стратегічних рішень або на поточне планування бізнесу.

2. Недостатня автоматизація. Якщо підприємство використовує застарілі форми обліку, такі як записи вручну або електронні таблиці, це може призвести до помилок в обліку реалізації готової продукції, зокрема, неправильних бухгалтерських записів або недостатнього контролю за рухом готової продукції. Крім цього, неповнота автоматизації обліку призводить до перевитрат енергії та робочого часу.

3. Неправильний облік продукції, що була реалізована, або недостатня якість інформації може призвести до заниження або завищення показників у

фінансових звітах. Наприклад, якщо до доходів було зараховано вартість продукції, яка насправді не була реалізована, це спричиняє завищення величини прибутку.

До того ж, помилки в облікових документах можуть призводити до проблеми зі співставленням даних. Наприклад, в обліковому документі вказано меншу кількість реалізованої продукції, ніж по факту. Відповідно, це призведе до виникнення розбіжностей між складським обліком та даними рахунків.

4. Недостатньо ефективна система обліку. Недостатньо ефективна система обліку впливає на швидкість та ефективність реагування на зміни ринкової кон'юнктури.

Для забезпечення ефективного контролю за реалізацією готової продукції необхідно мати достовірну та повну інформацію про кількість продукції, її якість, вартість та умови поставки. Недостатність такої інформації може призвести до втрати конкурентних переваг підприємства та втрати ринкової позиції.

5. Недостатньо ефективна система внутрішнього контролю. Якщо на підприємстві немає належної системи внутрішнього контролю або вона взагалі відсутня, то виникатимуть проблеми з обліком реалізації продукції. Наприклад, можуть бути пропущені певні кроки в процесі обліку продажів, або можуть бути допущені помилки при заповненні облікових документів.

6. Ще однією проблемою, вважаю, є неправильний розподіл обов'язків між працівниками. Має бути чітко регламентовано, хто за що відповідає. Наприклад, працівник може вважати, що облік реалізації продукції є відповідальністю іншого працівника, і тому не буде правильно вносити інформацію до системи обліку. Звичайно, це базове поняття, але в наш час таке трапляється.

Таким чином, згадані вище проблеми обліку реалізації продукції можуть впливати на ефективність діяльності підприємства та його економічні показники. Ситуація може бути ускладнена недостатньою кваліфікацією працівників та недостатнім чи відсутнім фінансуванням на впровадження сучасних систем обліку.

Для запобігання перерахованим негативним наслідкам необхідно мати ефективну систему обліку реалізації продукції, яка забезпечуватиме точну інформацію про продажі, передбачатиме ефективну систему внутрішнього контролю та чіткий розподіл обов'язків між працівниками.

Список використаних джерел

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси»: затв. Наказом Міністерства фінансів України від 20 жовтня 1999 р. №246 (поточна ред. 01.01.2023) – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99#Text> (дата звернення: 31.03.2023)
2. Задоренко Ж.В. «Проблеми обліку та аналізу готової продукції та її реалізації». Глобальні та національні проблеми економіки, випуск 4, 2015. – URL: <http://www.global-national.in.ua/archive/4-2015/205.pdf> (дата звернення: 31.03.2023)



Ім'я користувача: Бухгалтерського обліку та консалтингу Степаненко ...	ID перевірки: 1015245996
Дата перевірки: 25.05.2023 12:25:39 EEST	Тип перевірки: Doc vs Internet + Library
Дата звіту: 25.05.2023 12:47:29 EEST	ID користувача: 100005736

Назва документа: Блінська Діана Сергіївна (КБР)	
Кількість сторінок: 59	Кількість слів: 13423
Кількість символів: 103683	Розмір файлу: 257.39 KB
ID файлу: 1014921757	

6.05%
Схожість

Найбільша схожість: 0.51% з джерелом з Бібліотеки (ID файлу: 1000054373)

4.26% Джерела з Інтернету	212	Сторінка 61
5.34% Джерела з Бібліотеки	381	Сторінка 65

0.19% Цитат

Цитати	3	Сторінка 66
Не знайдено жодних посилань		

0.94%
Вилучень

Деякі джерела вилучено автоматично (фільтри вилучення: кількість знайдених слів є меншою за 8 слів та 0%)

0.61% Вилучення з Інтернету	52	Сторінка 67
0.94% Вилученого тексту з Бібліотеки	234	Сторінка 67