

Аннотация

Бакалаврскую работу выполнил: Мина Дарья Андреевна, Экп - 1501

Тема работы: «Бухгалтерский учет и анализ продаж (на примере ООО «ДомСтрой»»)

Научный руководитель: Луговкина Оксана Алексеевна, к.э.н., доцент

Цель исследования - определение содержания учета и проведение анализа продаж продукции ООО «ДомСтрой», а также изучение влияния реализации товаров на финансовое состояние экономического субъекта.

Объект исследования – ООО «ДомСтрой», основным видом деятельности которого является «Торговля оптовая прочими строительными материалами и изделиями»

Предмет исследования – механизмы и инструменты управления, реализуемые в системе реализации товаров.

Методы исследования – анализ, синтез, прогнозирование, обобщение, графический, табличный.

Краткие выводы по бакалаврской работе: на основе проведенного анализа, удалось выявить наиболее оптимальную стратегию для достижения поставленных перед организацией целей.

Практическая значимость работы заключается в том, что отдельные её положения в виде материала подраздела 3.3 и приложения могут быть использованы специалистами организации, являющейся объектом исследования.

Структура и объем работы. Работа состоит из введения, 3-х разделов, заключения, списка литературы из 31 источника и 3 приложений. Общий объем работы, без приложений, 56 страниц машинописного текста, в том числе таблиц – 16, рисунков – 3.

Abstract

This graduation work is devoted to the interrelationship of accounting records and analysis of sales and financial results of an organization.

The aim of the work is to define the content of the accounting and analysis of DomStroy OOO sales, as well as to study the sale of goods impact on the financial condition of the economic entity.

The object of the graduation work is DomStroy OOO.

The subject of the graduation work is accounting record and profit of DomStroy OOO.

The graduation work consists of three chapters; an introduction; conclusion; the list of 31 references including 5 foreign sources and 3 appendixes. The work contains 3 figures and 16 tables.

We first discuss the theoretical component of the topic: the types, form, structure and essence of accounting records in the sales analysis.

The special part of the project gives the details about sales analysis techniques according to accounting records.

The technique applied has shown that DomStroy OOO needs to automate the accounting of finished products and to repeat the marketing policy.

The third part of the work contains the sales analysis and recommendations based on its results.

Overall, the results obtained will help increase the profit from sales and net profit, increase financial stability.

Содержание

Введение.....	5
1. Теоретические основы учета продаж готовой продукции.....	7
1.1 Понятие продажи продукции и ее виды.....	7
1.2 Бухгалтерский учет продажи готовой продукции.....	12
1.3 Роль и задачи анализа продажи готовой продукции.....	21
2. Организация учета и анализа продажи готовой продукции в ООО «ДомСтрой»	23
2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия.....	23
2.2 Организация бухгалтерского учета продажи готовой продукции в ООО «ДомСтрой»	28
3 Анализ продажи готовой продукции	38
3.1 Анализ выполнения плана продаж.....	38
3.2 Анализ финансовых результатов от продажи готовой продукции.....	41
3.3 Рекомендации по совершенствованию учета продаж готовой продукции.....	45
Заключение	49
Список используемой литературы	53
Приложения	57

Введение

Для любой организации основным источником дохода являются средства, полученные от реализации продукции. Поэтому анализ реализации и товаров является ключевым моментом в организации управленческого учета на предприятии.

«Готовая продукция - это изделия и полуфабрикаты, полностью законченные обработкой, соответствующие действующим стандартам или утвержденным техническим условиям, принятые на склад или заказчиком» [25]. Товары представляют собой часть материально-производственных запасов, которые приобретены или получены от других юридических или физических лиц и предназначены для продажи.

Актуальность и значимость данной проблемы анализа реализации продукции и товаров заключается в том, что результатом деятельности любого коммерческого предприятия является получение прибыли. «Темпы роста объема производства и реализации продукции, повышение ее качества непосредственно влияют на величину издержек, прибыль и рентабельность предприятия» [26]. Для того чтобы правильно и своевременно осуществлять учет результатов реализуемой деятельности организации должна избрать и закрепить в учетной политике основополагающие принципы и методы по учету готовой продукции, варианты которых изложены и закреплены в законодательных актах и рекомендациях Министерства Финансов РФ.

Целью данной работы является рассмотрение вопросов анализа продаж готовой продукции и товаров. Для решения поставленной цели были решены следующие основные задачи данного исследования:

В качестве объекта исследования данной работы выступает ООО «ДомСтрой».

Предметом исследования является продажи продукции компании.

Целью работы является повышение эффективности реализации продукции ООО «ДомСтрой».

Задачами выпускной квалификационной работы являются:

- изучение теоретических основ анализа продаж продукции организации;
- анализ реализации продукции ООО «ДомСтрой»;
- разработка мероприятий по повышению эффективности реализации продукции ООО «ДомСтрой».

При написании выпускной квалификационной работы были использованы методы анализа и синтеза, обобщение, табличный, графический.

Работа состоит из введения, трех глав, заключения, 31 источника и 3 приложений.

Первая глава содержит в себе теоретические основы объекта исследования: основные понятия, сущность понятия продукции, роль и задачи анализа продажи готовой продукции, а также организацию бухгалтерского учета.

Вторая глава основана на проведении анализа основных показателей-финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Третья глава включает в себя рекомендации на основе результатов проведенного анализа продаж и аналитических расчетов.

1. Теоретические основы учета продаж готовой продукции

1.1 Понятие продажи продукции и ее виды

Продажа составляет основу любого бизнеса. Чем бы ни занималась организация или индивидуальный предприниматель, по факту совершается коммерческая деятельность – в этом смысл любого бизнеса. Часто слова «продажа» и «бизнес» используются как синонимы.

Если рассматривать продажу как бизнес-процесс, ею можно управлять, повышать эффективность, а значит, нужно непрестанно изучать. Рассмотрим, как можно классифицировать этот сложный и системный объект, ключевой для предпринимательской деятельности.

Определение продажи достаточно простое: это товарно-денежный обмен, закрепленный документально (договором или чеком). Тонкости и особенности этого обмена и определяют все разнообразие коммерческой деятельности.

Торговля – близкое, но не тождественное продаже понятие. Оно более узкое: всякая торговля есть продажа, но всякая продажа – торговля. Торговля может конкретизировать определенный вид продажи (например, выносная торговля, оптовая торговля и т.п.). Словом «торговля» можно назвать и сопутствующую продаже деятельность, а также применить его к закупкам, а не только реализации. Иногда смысл этого термина расширяют для обозначения целой отрасли: «министр торговли», «работник торговли» др.

Сбыт – синонимичное продаже понятие, чаще применявшееся во времена Советского Союза. В современном бизнесе все же более употребительно слово «продажа», потому что оно выражает цель деятельности и ее результат, тогда как «сбыт» больше нацелен на процесс.

Если посмотреть на продажу не только как на экономическое, но и как на практическое понятие, можно выделить несколько плоскостей ее понимания:

- маркетинговое – любая продажа характеризует и характеризуется маркетинговой политикой, подтверждает управление маркетингом, отражает его эффективность;

- «менеджерское» – с этой точки зрения продажа является коммуникативным фактом;

- руководящее – управлять продажами — значит грамотно организовать работу соответствующих менеджеров;

- технологичное – как любой процесс, продажу можно изучать, классифицировать, модернизировать, менять, улучшать и т.п.

Каждый вид продажи характеризуется определенной технологией совершения. В зависимости от того, каким образом производится продажа, можно выделить ее полярные типы:

1. По инициатору взаимодействия:

- активная – менеджер по продажам инициирует контакт;

- пассивная – клиент сам находит продавца и обращается к нему.

2. По особенностям контактов:

- личные – и продавец, и покупатель являются физическими лицами и при совершении сделки общаются непосредственно;

- неопределенные (безличные) – продавец не принимает участия в коммуникации с клиентами (интернет-магазин, торговые автоматы, магазины самообслуживания и т.п.)

3. По направленности товара:

- прямые – ориентированные на конечного потребителя;

- не прямые – осуществляемые через посредников, дистрибьюторов, реализаторов.

4. По характеристике процесса сделки:

- простые – оформляется минимумом актов коммуникации между сторонами;

- сложные (комплексные, «промышленные») – цикл более длительный, составной, предусматривающий процесс обдумывания, обсуждения, принятия решения, вовлекающий дополнительных лиц;

- каскадные («конвейерные») – когда этапы продажи разделяются между различными исполнителями (колл-менеджер обзванивает клиентов, менеджер по продажам проводит встречу, специалисты готовят товар, кассир принимает деньги, транспортный отдел обеспечивает доставку).

5. По типу действующих сторон:

- «B2B» – символическое обозначение выражения на английском языке «business to business», то есть сделки совершаются между юридическими лицами;

- «B2C» – «business to consumer», то есть сделки между бизнесменом и потребителем.

6. По специфике предмета продажи:

- продажа товаров – то есть овеществленных предметов;
- выполнение работ, оказание услуг – объект продажи не относится к материальным;

- сочетание продажи товаров и услуг;

- предоставление франшизы – реализация определенного права.

7. По объему торговли:

- оптовые – продажи крупными партиями (величина опта определяются индивидуально);

- розничные.

8. По степени вовлеченности продавца в процесс продажи:

- «high tech»-продажа – подразумевает высокую осведомленность покупателя и продавца об особенностях сложного объекта продажи, способность сторон дать и получить высококвалифицированную консультацию;

- «коробейник» – частота контакта продавца с покупателем обеспечивает эффективность процесса (например, продажа «на разнос» в транспорте и других людных местах);
- экспертная продажа – эффективность определяется способностью продавца объяснить покупателю нюансы выбора товара и его последующей эксплуатации (например, при продаже банковских услуг, бытовой техники и др.);
- личностная продажа – основана на построении доверительных отношений (пример – сетевой маркетинг, реализация площадей под рекламу и т.п.);
- «суперпродажа» – в отношениях между сторонами, помимо сделки, решаются серьезные системные задачи (например, продажа и внедрение управленческих технологий).

Основными объектами продажи являются товары и услуги.

Товар – овестьественный объект обмена на деньги, предназначенный для удовлетворения человеческих потребностей. Услуга – способ удовлетворения той или иной потребности или желания.

Для удобства организации торговли материальные объекты продаж разделены на классы. Для осуществления продаж товару нужно присвоить товарный знак, а для этого определить его принадлежность к одному или нескольким классам. Международной классификацией товаров и услуг для регистрации товарных знаков (МКТУ) выделены 45 классов товаров, среди которых:

- продукты питания;
- изделия и материалы;
- товары для дома;
- текстиль и одежда;
- металлы и сплавы;
- приборы и инструменты и др.

Товары можно делить на типы и по другим основаниям:

1. По назначению:
 - потребительские;
 - промышленные.
2. По сроку использования:
 - одноразовые;
 - быстро заменяемые (продукты, косметика, бытовая химия);
 - длительного срока службы (бытовые приборы, автомобили, мебель).
3. По частоте потребности в товаре:
 - повседневного спроса (например, хлеб);
 - периодического спроса («модные», дефицитные товары);
 - предварительного спроса (бытовая техника);
 - ограниченного спроса (для узких кругов, специфических клиентов);
 - сезонного спроса (одежда, мороженое, услуги туроператоров).
4. По взаимозаменяемости:
 - заменяемые (например, кетчуп разных торговых марок);
 - комплиментарные (купил один, значит, должен приобрести и другой, например, зубная щетка – порошок или паста);
 - не имеющие аналогов – товары с индивидуальными характеристиками, уникальные.

Особенности продажи услуг

1. Услуга одновременно предоставляется и потребляется.
2. В результате услуги изменяется исходное состояние чего-либо.
3. Услуга оказывается с согласия приобретающей стороны или по ее требованию.

4. Приобретение услуги не дает права собственности.
5. Услуга не может быть выражена в вещественной форме.

Услуга может быть оказана одному заказчику (индивидуальная) или группе, обществу (коллективная).

По характерным особенностям можно выделить такие услуги:

- производственные – связанные с организацией деятельности (банковские, маркетинговые, транспортные, строительные и др.);
- потребительские – направленные на обслуживание клиента (туристические, коммунальные, страховые и др.);
- информационные;
- социальные (медицинские, образовательные, культурные и т.п.);
- деловые (франчайзинг, аутсорсинг, консалтинг и др.).

1.2 Бухгалтерский учет продажи готовой продукции

«Готовая продукция - это изделия и полуфабрикаты, полностью законченные обработкой, соответствующие действующим стандартам или утвержденным техническим условиям, принятые на склад или заказчиком» [25]. К бухгалтерскому учету готовая продукция принимается по фактической себестоимости.

Планировка и учет готовой продукции ведутся в натуральных, условно-натуральных и стоимостных показателях. Условно-натуральные показатели применяются с целью получения обобщенной информации об однородной продукции. К примеру, количество выработанной каустической соды выражается в тоннах условного веса, консервов – в условных банках и т.д.

Готовая продукция в бухгалтерском учете может быть оценена одним из следующих вариантов [9, с. 125]:

1) по фактической производственной себестоимости продукции, которая представляет собой сумму всех затрат на ее производство. Производственная себестоимости изделия формируется исходя из суммы затрат на отдельные его составные части;

2) по плановой (нормативной) производственной себестоимости. В данном случае определяют и отдельно учитывают отклонения фактической

производственной себестоимости за отчетный месяц от плановой (нормативной) себестоимости;

3) по учетным ценам. При этом методе производится обособленный учет разницы между фактической себестоимостью и учетной ценой;

4) по продажам ценам и тарифам (без НДС). Данный метод оценки становится все более распространенным в настоящее время;

5) по прямым статьям расходов сокращенной себестоимости. В случае применения в учете готовой продукции учетных цен и плановой (нормативной) себестоимости возникает потребность в исчислении отклонений в оценке товарного выпуска по учетным ценам от его фактической производственной себестоимости.

В основе документооборота готовой продукции лежат схемы организации процесса производства, выпуска готовой продукции и ее перемещения, в т.ч. реализации. Данные схемы зависят от вида производства, масштабов деятельности, стиля управления и многих других факторов.

Операции с готовой продукцией в организации подлежат обязательному оформлению первичными учетными документами (ч. 1 ст. 9 Федерального закона № 402-ФЗ) [2]. Используемые для документального оформления движения готовой продукции и товаров формы первичных документов должны быть закреплены в Учетной политике организации для целей бухгалтерского учета.

Документальное оформление выпуска готовой продукции основывается на приемо-сдаточных накладных, актах и других аналогичных документах, которые подтверждают производство готовой продукцией, ее приемку и сдачу на склад. При этом в данных документах учет готовой продукции ведется как в количественном и в стоимостном выражении. Первичным учетным документом, подтверждающим передачу готовой продукции из производства в места хранения (на склад) может выступать унифицированная форма накладной на передачу готовой продукции в места хранения.

С целью контроля движения готовой продукции на складе может быть заведена карточка складского учета, записи в которую вносятся на основании приходно-расходных документов по движению готовой продукции. Для разработки такой карточки может быть использована форма унифицированной карточки учета материалов № М-17.

Для документального оформления готовой продукции в отношении ее внутрискладского движения может быть применена требование-накладная (форма № М-11). Данный документ может использоваться при передаче готовой продукции от одного материально-ответственного лица к другому. Для данных же целей организация может использовать накладную на внутреннее перемещение, передачу товаров, тары (форма № ТОРГ-13).

Документальное оформление реализации готовой продукции заключается в заполнении товарной накладной по форме № ТОРГ-12. Данная накладная составляется в 2-х экземплярах. Первый экземпляр остается у организации-продавца, а второй передается покупателю.

Учет готовой продукции зависит от множества факторов. Это договор купли-продажи, сроки поставок, валюта договора. От правильного учета операций зависит размер исчисленной прибыли от продажи, а также величина налогов (НДС, прибыль), которые компания должна будет оплатить в бюджет.

Для целей бухучета на практике возможны два варианта отражения внутреннего перемещения готовой продукции:

- с отражением операций по субсчетам;
- в аналитическом учете.

Что же касается налогового учета, то внутреннее перемещение готовой продукции на него никак не повлияет. Согласно общему определению, для целей налогообложения реализацией готовой продукции признается факт передачи права собственности на них сторонним лицам на возмездной основе (п. 1 ст. 39 НК РФ) [1]. Учитывая, что внутреннее перемещение товаров не предполагает перехода права собственности на них, то реализации для целей

налогообложения не будет. Оборот по реализации данной готовой продукции возникнет только после их розничной продажи покупателям, то есть факта передачи покупателям права собственности на готовую продукцию.

Если организация-производитель учитывает готовую продукцию по фактической себестоимости, то готовая продукция будет учитываться только с использованием счета 43 «Готовая продукция».

На каждую категорию товара рекомендуется формировать отдельный субсчет. Требуется, чтобы аналитический учет велся в денежных и натуральных единицах. Данный факт обеспечит точность, а также даст возможность легче рассчитывать себестоимость одной позиции. Кроме того, внутри счета 43 «Готовая продукция» могут быть открыты субсчета: 43 «Готовая продукция» субсчет 1 – для учета продукции по плановой себестоимости; 43 «Готовая продукция» субсчет 2 – для учета изделий по фактической себестоимости.

Важно знать, что не все изделия, которые прошли этапы производства, подлежат учету как готовая продукция. Имеется ряд исключений, при возникновении которых оформление прихода на счет 43 «Готовая продукция» будет считаться некорректным: величина оказанных услуг и выполненных работ на сторону; изделия, сдаваемые заказчиком сразу же «на месте» и не оформляются актом приемки; продукция, которая приобретена в целях комплектации собственных изделий или с целью дальнейшей перепродажи. Внимательность при организации учета на счете 43 «Готовая продукция» даст возможность избежать ошибок, которые в дальнейшем могут исказить результаты расчетов себестоимости и итога от продаж.

Договор по реализации готовой продукции Сделка по реализации продукции сопровождается определенными документами: письма, заявки от клиента, счета на оплату, договор.

От формы договора зависит метод определения выручки от продажи продукции. На тонкости признания выручки влияет момент передачи прав собственности на продукцию от продавца к покупателю. Этот нюанс в свою

очередь определяет признание выручки в бухгалтерском учете предприятия. В договорных отношениях используют следующие способы передачи прав собственности:

- в день отгрузки. А именно, датой составления отгрузочных документов на поставку. Выручка признается в день, когда совершена отгрузка готовой продукции по накладной, заявке или по факту оплаты покупателя.

- в день получения. А именно, в конкретный день или период, который обязательно обговаривается в договоре. Это может быть момент поступления продукции на склад покупателя.

Вся первичная документация, которую использует компания в работе, отвечает требованиям, оговоренным в законе о бухгалтерском учете № 402-ФЗ [2]. В случае продажи продукции потребуется составить:

- товарные накладные по форме ТОРГ-12;
- счета-фактуры;
- транспортные накладные;
- УПД – универсальный передаточный документ;
- сертификаты, спецификации, прочие документы, предусмотренные договором.

Документы на продукцию составляются в двух экземплярах. Если для продукции предусмотрен особый переход прав собственности, то удобнее составить три экземпляра отгрузочных документов. Со стороны принимающей стороны поставщик должен получить отметку о приемке продукции: дату, подпись, печать компании-покупателя. Счета-фактуры выписываются продавцом в том случае, если он является плательщиком НДС, налоговым агентом. Товарные накладные служат подтверждением факта передачи прав на имущество (товары, продукцию). В учете они послужат основанием для принятия продукции к учету, списанию стоимости приобретения в затраты при расчете прибыли. Начиная с 21.10.2013 года, допускается применение универсального передаточного документа УПД для

сделок купли-продажи, по оформлению оказанных услуг и работ. УПД выписывается в двух экземплярах и служит альтернативной заменой документам: ТОРГ-12 и счетам-фактурам. Бланк УПД по наполнению имеет вид счета-фактуры. Заверяется документ ответственными лицами за отгрузку продукции, а также лицом несущим ответственность за правильность оформления фактов хозяйственной жизни предприятия.

Проводки реализованной продукции:

- Дебет 90.2 «Себестоимость продаж» Кредит 43 «Готовая продукция» – продажа продукции
- Дебет 90.3 «НДС» Кредит 68 «Расчеты по налогам и сборам» – начислен НДС к оплате
- Дебет 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» Кредит 90.1 «Выручка» – сформирована дебиторская задолженность
- Дебет 50/51 «Касса»/»расчетный счет» Кредит 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» – поступила оплата от покупателя.

Сведения о поступлении и реализации продукции отражаются по счетам бухгалтерского учета 40 «Выпуск продукции» и 43 «Готовая продукция» с некоторыми отличиями. В учетной политике предприятия бухгалтер выбирает, использовать ли в учете счет 40 «Выпуск продукции» или нет. Для этого необходимо определить, каким способом вести учет готовой продукции:

- по прямым видам затрат;
- по фактической себестоимости производства ГП;
- по нормативным/учетным ценам с применением счета 40 «Выпуск продукции».

Если выбор сделан в пользу плановой/нормативной себестоимости, то в учете потребуются отследить наличие следующих операций: Дебет 43 «Готовая продукция» Кредит 20 «Основное производство», 23 «Вспомогательное производство», 29 «Обслуживающие производства и хозяйства» – на сумму оприходованной готовой продукции из производства.

Или Дебет 43 «Готовая продукция» Кредит 40 «Выпуск продукции» – на сумму произведенной готовой продукции из производства, Дебет 40 «Выпуск продукции» Кредит 20 «Основное производство» – на сумму фактической себестоимости произведенной продукции. Плановая себестоимость готовой продукции, которая выпущена из производства, зачастую отличается от фактической. И на остатке по кредиту или дебету счета 40 «Выпуск продукции» формируется суммовая разница, которую по итогам месяца списывают на финансовый результат деятельности фирмы проводками: Дебет 90-2 «Себестоимость продаж» Кредит 40 «Выпуск продукции» – сумму дебетового сальдо счета 40 «Выпуск продукции», которое показывает перерасход фактических затрат над запланированными, Дебет 90-2 «Себестоимость продаж» Кредит 40 «Выпуск продукции» – сумму кредитового сальдо счета 40 «Выпуск продукции», которое является результатом экономии фактических затрат производства. Документальный учет производства готовой продукции Обеспечение производства необходимыми материалами, а также инструментами и комплектующими деталями/полуфабрикатами осуществляется фирмой – производителей как покупка материалов за наличный расчет, так и безналичным способом.

Снабженцы фирмы передают в бухгалтерию для оплаты с расчетного счета фирмы счет – заявку. В случае расчетов наличными денежными средствами работник составляет письменное заявление на имя руководителя с просьбой выдать наличные средства на нужды производства в подотчет. Приходятся покупки на основании первичных накладных по форме ТОРГ-12, кассовых и товарных чеков, прикрепляемых к авансовому отчету.

Складской учет поступивших материалов ведется в карточках учета по форме М-17. Основанием для передачи сырья и материалов в производство также служит требование-накладная, заверенная ответственным лицом за хранение и переработку. Результат производства в виде готовой продукции передается на склад для последующей реализации на основании отчетов

производства за смену. В них также формируются сведения о расходах сырья и фактическая себестоимость продукции.

Продукция фирмы в балансе отражается по стоимости, которая принята учетной политикой. Если на отчетную дату у организации имеются остатки нереализованной продукции, то ее суммарное выражение фиксируется в активе баланса строкой «Запасы». Детализация данной строки определяется фирмой самостоятельно и может, как состоять из суммарных показателей остатков всех активов, которые не реализованы на дату составления балансовой отчетности. В заключении можно сказать, что реализация продукции должна носить системный характер и оформляться указанной первичной документацией. Это поможет составить наглядную картину финансовой выгоды от производства конкретной продукции.

Инвентаризация готовой продукции проводится для того, чтобы обеспечить достоверность данных о ее наличии, состоянии и оценке в бухгалтерском учете и бухгалтерской отчетности. В каких случаях проводится инвентаризация готовой продукции и как оформляются ее результаты, расскажем в нашей консультации.

Законодательством установлены случаи, когда проведение инвентаризации готовой продукции обязательно.

Что касается добровольной инвентаризации, то порядок ее проведения организация определяет самостоятельно. Это значит, что она сама решает, как часто проводить инвентаризацию в необязательных случаях, какую продукцию инвентаризировать и т.д.

Напомним, что готовая продукция – счет 43 «Готовая продукция» по Плану счетов. К примеру, если сдана на склад готовая продукция, проводка обычно такая: Дебет счета 43 «Готовая продукция» – Кредит счета 20 «Основное производство».

Инвентаризация готовой продукции организация должна быть оформлена первичной учетной документацией [2]. С данной целью можно обратиться к унифицированным формам по учету результатов

инвентаризации [3]. Факт использования данных форм должен быть закреплён организацией в Учетной политике в целях бухгалтерского учета.

При проведении инвентаризации стоит начать с приказа, в качестве которого может быть использована форма № ИНВ-22 «Приказ о проведении инвентаризации». Данным приказом конкретизируется содержание, объем, порядок и сроки проведения инвентаризации готовой продукции, а также состав инвентаризационной комиссии. Приказ в обязательном порядке должен быть подписан руководителем организации и передан председателю инвентаризационной комиссии.

В процессе инвентаризации для отражения данных о фактическом наличии готовой продукции в местах хранения может быть использована унифицированная форма № ИНВ-3 «Инвентаризационная опись товарно-материальных ценностей». Данная форма составляется в 2-х экземплярах, проставляются подписи ответственных лиц комиссии на основании пересчета, взвешивания, перемеривания готовой продукции по каждому месту нахождения и каждому материально-ответственному лицу. Один экземпляр описи передается в бухгалтерию для формирования сличительной ведомости, второй – остается у материально-ответственного лица. В случае выявления в результате инвентаризации негодной или испорченной готовой продукции необходимо составить соответствующие акты.

При выявлении расхождения с данными бухгалтерского учета, на основании инвентаризационной описи формируется в 2-х экземплярах Сличительная ведомость, к примеру, по форме № ИНВ-19.

Так, к примеру, если в результате инвентаризации выявлены излишки готовой продукции, и, следовательно, должна быть оприходована на склад готовая продукция, проводка на рыночную стоимость излишков будет такая:

Дебет 43 «Готовая продукция» – Кредит 91 «Прочие доходы и расходы», субсчет «Прочие доходы».

1.3 Роль и задачи анализа продажи готовой продукции

Успех деятельности субъекта хозяйствования находится в прямой зависимости от того, насколько детально проведен анализ и определены уровень, характер, структура спроса и тенденции его изменения. В основе результатов исследования рынка лежат разработки хозяйственной стратегии и товарного ассортимента. Именно они определяют темпы обновления продукции, техническое совершенствование производства, потребности в материальных трудовых и финансовых ресурсах.

Субъект хозяйствования при планировании объема определяет то, какую продукцию будет производить, где и по каким ценам реализовывать. Все это оказывает влияние на итоговые финансовые результаты и финансовую устойчивость.

Сущность производственной деятельности состоит в формировании экономических благ, которые требуются для удовлетворения различных общественных потребностей. В рыночной экономике производство осуществляют те экономические субъекты, которые желают и могут принять наиболее эффективную организацию и технологию производства, поскольку именно они обеспечивают наибольшую прибыль.

Хозяйствующие субъекты производят ту или иную продукцию до тех пор, пока реализация данной продукции будет приносить прибыль, пока не насыщен спрос на нее. Сколько и какую продукцию производить, по каким ценам ее продавать, куда вкладывать капитал – данные моменты определяются механизмом спроса и предложения, нормой прибыли, курсом валют, ссудным процентом.

Темпы роста объема производства и реализации продукции, повышения качества оказывают непосредственное воздействие на уровень издержек, прибыли и рентабельности. Работа должна быть направлена на максимизацию производства и реализации продукции высокого качества и

минимизацию связанных с этим издержек. Ввиду этого анализ объема производства и реализации продукции имеет важное значение.

Цель анализа реализации состоит в определении самых оптимальных путей повышения объема реализации продукции и повышения ее качества, в поиске внутренних резервов роста объема в продажах.

Основные задачи анализа реализации продукции заключаются в:

- 1) проведении оценки динамики по основным показателям объема, структуры и качества продукции;
- 2) проверке баланса и оптимальности бизнес-планов, плановых показателей, их напряженности и реальности;
- 3) определении степени количественного воздействия факторов на изменение объема реализации товаров;
- 4) определении внутрихозяйственных резервов повышения объема реализации продукции [13, с.182].

Объектами указанного направления анализа являются:

- анализ структуры и выполнения плана по объему реализации товаров;
- факторный анализ реализации товаров;
- анализ рентабельности ассортимента реализации продукции;
- анализ выполнения договорных обязательств по поставкам продукции;
- анализ финансовых результатов от реализации продукции.

Источником информации с целью анализа продаж товаров являются бизнес-план организации; оперативные планы-графики; отчетность годовая, квартальная, месячная; данные текущего бухгалтерского и оперативного учета и др.

2. Организация учета и анализа продажи готовой продукции в ООО «ДомСтрой»

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

ООО "ДомСтрой" зарегистрирована 2 декабря 2014 г. регистратором инспекция федеральной налоговой службы по Красноглинскому району г. Самары. Руководитель организации: директор Мамарин Алексей Александрович. Юридический адрес ООО "ДомСтрой" - 445004, Самарская область, город Тольятти, Базовая улица, 5.

Основным видом деятельности является «Торговля оптовая прочими строительными материалами и изделиями», зарегистрирован 1 дополнительный вид деятельности. Организации общество с ограниченной ответственностью "ДомСтрой" присвоены ИНН 6324056163, ОГРН 1146324010580, ОКПО 36880985.

ООО «ДомСтрой» - активно развивающаяся компания, занимающаяся поставками строительных и отделочных материалов, зарекомендовала себя как надежный поставщик по бесперебойной поставке строительных материалов по Самарской области

Основным направлением стратегии развития ООО «ДомСтрой» является совершенствование системы сбыта продукции. Для успешного продвижения своей продукции необходимо проводить рекламную кампанию.

Организационная структура управления определяется Уставом предприятия.

Организационная структура управления формируется исходя из стоящих перед предприятием задач и функций управления, вытекающих из этих задач. Схема организационной структуры управления ООО «ДомСтрой» представлена на рисунке 2.1.

Директору ООО «ДомСтрой» подчиняются его заместители, которым в свою очередь подчинены отделы.

Следует отметить, что линейное подчинение условно. В основном организация работы отделов и служб имеет функциональную зависимость.

Организационная структура относится к типу линейно-функциональных. Это одна из традиционных организаций, которая является комбинацией линейной и функциональной структур. Основой этой схемы являются линейные подразделения, осуществляющие в организации основную работу и обслуживающие их специальные функциональные подразделения, создаваемые на «ресурсной» основе: кадры, финансы, план, маркетинг и т. д. Организация управления персоналом в ООО «ДомСтрой» подчинено трехуровневой системе. Низовое ее звено представляют менеджеры и далее по возрастающей. Организационную структуру представим на рисунке 2.1.



Рисунок 2.1 – Организационная структура ООО «ДомСтрой»

Метод принятия управленческих решений, применяемый в ООО «ДомСтрой» можно охарактеризовать как качественный. С научной точки зрения к качественным методам принятия управленческого решения, используемые в рассматриваемой организации, относятся: метод «Делфи», опрос потребителей, опрос экспертов, «мозговой штурм», метод сценариев, системный анализ, интервью.

В действительности управленческие решения принимаются во время проведения совещания с руководителями всех отделов, а по возможности и с руководителями проектов и участков.

Правильно поставленная задача предопределяет необходимость конкретной информации для принятия решения. Поэтому точность постановки задачи играет немаловажную роль в процессе принятия решения руководителем.

Основные показатели деятельности ООО «ДомСтрой» за 2016-2018 гг. представлены в таблице 2.1. (по данным Приложений А, Б).

Таблица 2.1 – Основные показатели деятельности ООО «ДомСтрой» за 2016-2018 гг., в тыс. руб.

Показатели	Годы			Изменение (+/-)		Темп роста, %	
	2016	2017	2018	2017/2016	2018/2017	2017/2016	2018/2017
Выручка от реализации товаров, продукции, работ, услуг, тыс. руб.	38455	47708	49817	9253	2109	24,06	4,42
Себестоимость реализованных товаров, продукции, работ, услуг, тыс. руб.	24798	21660	16659	-3138	-5001	-12,65	-23,09
Чистая прибыль (убыток), тыс. руб.	112	93	829	-19	736	-16,96	791,40
Среднесписочная численность персонала всего, чел.	11	16	20	5	4	45,45	25,00
Производительность труда, тыс. руб./чел.	3495,91	2981,75	2490,85	514,16	-490,9	-14,71	-16,46

Объем оказанных услуг в денежном выражении (выручка) за

анализируемый период вырос. Выручка от реализации в 2017 г. по сравнению с 2016 г. демонстрирует рост на 24,6% за счет индексации стоимости услуг. В 2018 г. наблюдается рост на 4% за счет роста фактического объема реализации.

Темп снижения себестоимости за 2018 год составил 23%. В 2017 г. за счет оптимизации затрат себестоимость снизилась на 12%. При этом зафиксирован рост управленческих расходов. Коммерческие расходы обособленно не выделены в отчете о финансовых результатах. В связи с этим общие расходы по обычным видам деятельности (коммерческая себестоимость) в 2017 г. снизились на 23%, в 2018 г. – на 12%.

Учитывая весь анализируемый период, прирост затрат оказался ниже чем прирост выручки. Поскольку темпы роста коммерческой себестоимости в 2017-2018 гг. были ниже, чем темпы роста выручки, организация получила более высокие темпы роста прибыли от продаж. По итогам 2017 г. в организации зафиксирован самый низкий показатель чистой прибыли.

Динамика основных факторов формирования финансовых результатов ООО «ДомСтрой» за 2016-2018 гг. проиллюстрирована на рисунке 2.2.

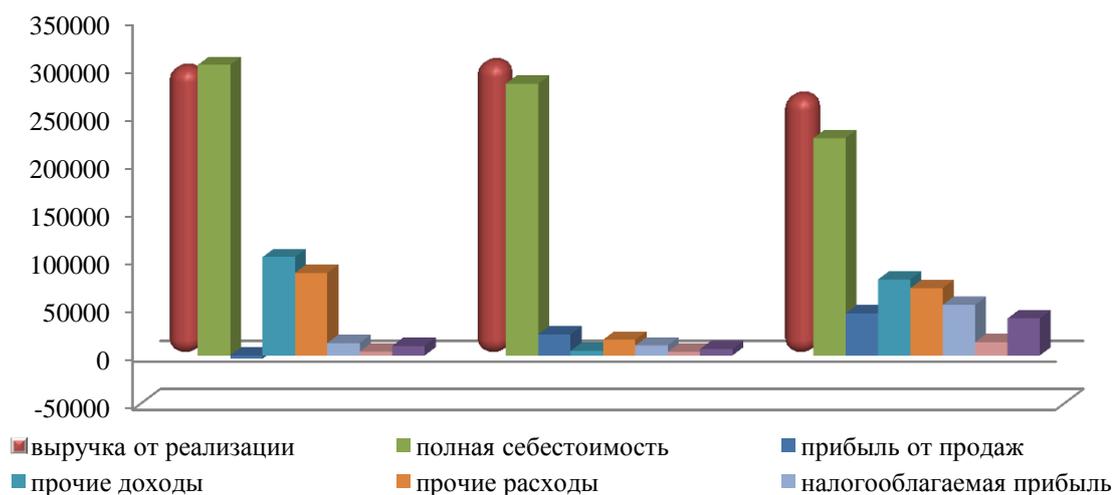


Рисунок 2.2 – Основные факторы формирования финансовых результатов ООО «ДомСтрой» за 2016-2018 гг.

Деятельность за 2016-2018 гг. является прибыльной и наблюдается улучшение ситуации, что свидетельствует о росте эффективности деятельности организации в целом.

Рентабельность также может свидетельствовать о росте эффективности использования материальных и финансовых ресурсов, анализ которых проведен в таблице 2.2.

Среднегодовая остаточная стоимость основных средств в 2017 г. увеличилась на 6%, но в 2018 г. ее рост составил 15,7%, что говорит о том, что предприятие в достаточной степени обновляет производственные фонды, осуществляя инвестиционные вложения в материально-техническую базу.

Таблица 2.2 - Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности ООО «ДомСтрой» в 2016-2018 гг., в тыс. руб.

Наименование показателя	На 31 декабря 2018 г.	На 31 декабря 2017 г.	На 31 декабря 2016 г.	Изменение 2018-2016	Темп роста, % 2018/2016
Материальные внеоборотные активы	2 725	-	-	2 725	100
Запасы	26 045	27 125	14 743	11 302	76,66
Денежные средства и денежные эквиваленты	57	93	23	34	147,83
Финансовые и другие оборотные активы	4 209	1 994	3 228	981	30,39
Капитал и резервы	1 044	215	122	922	755,74
Краткосрочные заемные средства	1 766	3 006	442	1 324	299,55
Кредиторская задолженность	30 226	25 991	17 430	12 796	73,41

Для наглядности аналитических расчетов динамика показателей представлена на диаграмме (Рисунок 2.3).

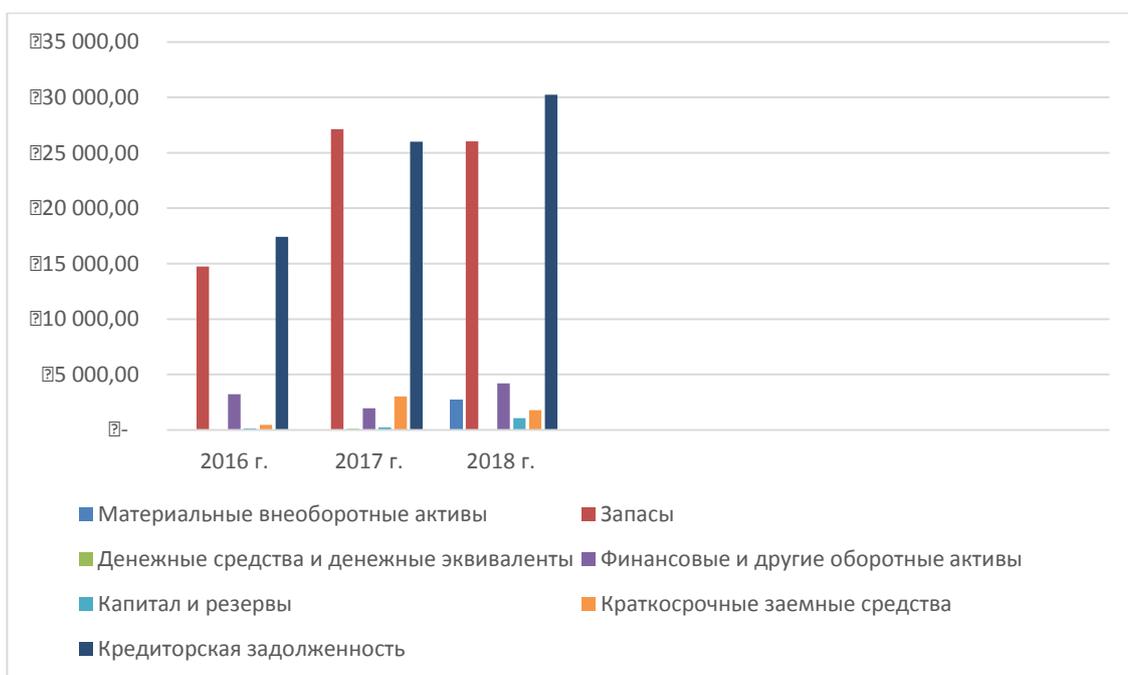


Рисунок 2.3 – Динамика показателей финансово-хозяйственной деятельности ООО «ДомСтрой» в 2016-2018 гг.

За анализируемый период также наблюдается рост стоимости активов и оборотного капитала (на 30%). Основные фонды увеличились за 2 года. Все показатели показывают устойчивый рост, что говорит об увеличении эффективности использования капитала.

2.2 Организация бухгалтерского учета продажи готовой продукции в ООО «ДомСтрой»

Бухгалтерский учет в Обществе ведется с использованием средств вычислительной техники, программы «1С: Бухгалтерия 8.2», с применением журнально–ордерной системы на основе Плана счетов бухгалтерского учета финансово–хозяйственной деятельности организации и Инструкции по его применению. Данный план счетов утвержден приказом Минфина РФ от 31.10.2000 г. № 94н.

Каждая хозяйственная операция подлежит оформлению с применением унифицированных форм первичных учетных документов.

Компания ООО «ДомСтрой» самостоятельно устанавливает оптовые цены на весь ассортимент товаров, ориентируясь на конъюнктуру рынка, качество и потребительские свойства товара. Основой для установки оптовых цен являются отпускные цены поставщика и торговая наценка, которая устанавливается на таком уровне, чтобы покрыть издержки и гарантировать получение прибыли.

Отгрузка товаров осуществляется согласно заключенным договорам только со склада организации. Реализация товаров осуществляется соответственно условиям договора за предоплату или с отсрочкой платежа. Момент реализации совпадает с моментом отгрузки товаров независимо от согласованных условий по оплате за товары. Учет товаров ведется по покупным ценам, для оценки себестоимости товаров используется метод ФИФО. Процесс продажи товаров заканчивается отпуском товара со склада, включает в себя следующие операции:

- оформление документов продажи;
- отбор и комплектация товаров по заказу;
- подготовка к отпуску товара;
- отправка покупателю.

Операция отпуска товара начинается с момента получения от клиента заказа. После согласования заказа с покупателем менеджером по продажам выписывается счет, на основании которого создается заявка на склад для подбора товара – «Заказ – подборный лист». Товар отпускается непосредственно покупателю либо его представителю при предоставлении доверенности на получение товара. Материально ответственное лицо (кладовщик) на основании «Заказа – подборного листа» производит подбор и отпуск товара, после погрузки продукции в машину клиента, диспетчер оформляет отгрузочные сопроводительные документы: товарную накладную, счет–фактуру и товарно-транспортную накладную.

Организация придерживается представленной ниже схемы документооборота в области ведения бухгалтерского учета продажи товаров.

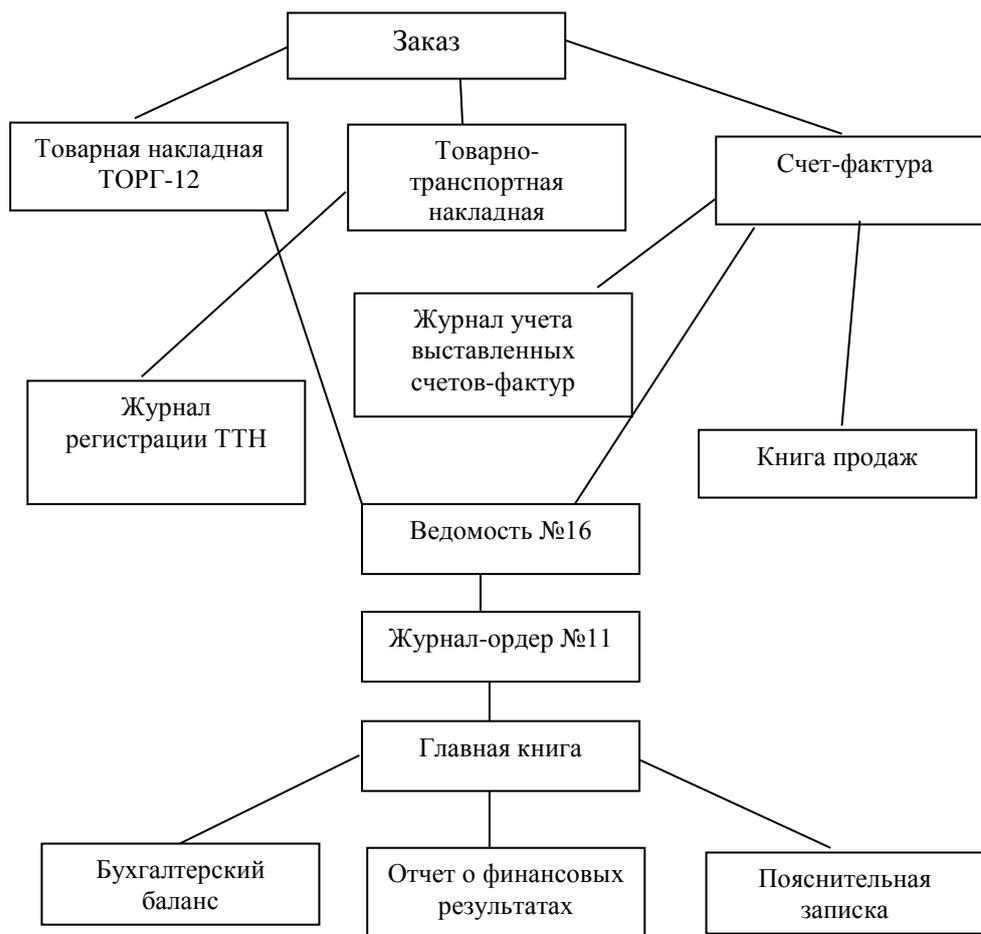


Рисунок 2.4 – Схема документооборота в ООО «ДомСтрой»

Товарная накладная (ТОРГ–12) является одним из документов, который применяется для оформления перехода права собственности на товары либо иные материальные ценности). Оформляется в трех экземплярах – два экземпляра остаются в компании ООО «ДомСтрой» и являются основанием списания товаров, третий экземпляр передается получателю товаров.

Необходимо указать:

- наименование документа и наименование организации, от имени которой составлен документ;
- дату составления документа;
- наименование товара, его количество и стоимость;

- должности лиц, ответственных за данную хозяйственную операцию;
- личные подписи этих лиц;
- печати организаций.

Товарно–транспортная накладная (ТТН) – основной документ перевозчика, который является основанием для транспортировки груза.

Оформляется в четырех экземплярах: первый – остается в компании ООО «ДомСтрой» и предназначен для расчетов с перевозчиком; второй экземпляр передается получателю товаров; третий и четвертый предназначены для владельца транспортного средства.

Компания ООО «ДомСтрой» – плательщик НДС и обязана выписывать счета–фактуры, потому что этот документ первичного бухгалтерского учета является основанием для принятия предъявленных сумм налога на добавленную стоимость к вычету.

Счет–фактура оформляется двух экземплярах, один отдается покупателю, другой остается у организации, документ необходимо оформить не позднее пяти дней со дня отгрузки товара.

Данные о выданных счет–фактурах заносятся в «Книгу продаж» в хронологическом порядке.

В процессе предпринимательской деятельности рассматриваемая организация сталкивается с возвратом товара ненадлежащего качества или бракованного товара, с браком возникшем не по вине покупателя.

Возврат товара регулируется двумя нормативными документами ГК РФ и Законом РФ «О защите прав потребителей» [48, с.262]. Существует множество оснований для возврата товаров покупателем продавцу, все их условно можно разделить на две группы:

- наличие у товара недостатков, либо товар некачественный – данные основания позволяют вернуть товар поставщику;
- возврат качественного товара, право, на возврат которого прописано в законе или договоре – купли продажи.

Порядок отражения возврата товара зависит от того перешло ли право собственности на товар к покупателю.

Если несоответствие товара условиям поставки обнаружено при его приемке, то возврат торговой организацией некачественной продукции, поступившей от ООО «ДомСтрой», оформляется актом об установленном расхождении по количеству и качеству при приемке товарно–материальных ценностей (форма № ТОРГ–2).

При возврате товара поставщик возвращает торговой организации все уплаченные им средства. Транспортные расходы и другие расходы, понесенные торговой организацией в связи с приемкой, оформлением и отгрузкой некачественного товара по возврату некачественной продукции несет поставщик.

Брак может быть обнаружен в процессе реализации купленного у компании ООО «ДомСтрой» товара. В таких случаях торговая организация возвращает бракованный товар поставщику. Условия возврата могут быть различными и должны быть оговорены в договоре. При возврате товара поставщику торговая организация оформляет товарную накладную по форме ТОРГ–12. На ней делается отметка "Возврат бракованного товара".

Покупатель может вернуть данной организации товар, который отвечает условиям качества и комплектности, но, например, плохо реализуется, если это условие указано в договоре. Возврат товара оформляют товарной накладной по форме № ТОРГ –12. В бухгалтерском учете указанная операция отражается как купля – продажа товара, с которой связан переход права собственности на товар от торговой организации к поставщику.

На рассматриваемом предприятии, согласно принятому плану счетов, учет товаров ведется на счете 41 «Товары», на котором отражается обобщенная информация о наличии и движении материальных ценностей, купленных с целью последующей реализации. По дебету счета отражают приобретение товаров, по кредиту – списание по соответствующей стоимости. Счет 41 «Товары» активный, имеет дебетовое сальдо, которое

показывает покупную или продажную стоимость товаров, оставшихся в собственности организации на конец отчетного периода. Аналитический учет по счету 41 «Товары» ведется по материально ответственным лицам, наименованиям и по местам хранения товаров.

Учет продажи товаров осуществляется на счете 90 "Продажи", который предназначен для обобщения информации о доходах и расходах, связанных с обычными видами деятельности организации, а также для определения финансового результата по ним. По счету 90 «Продажи» субсчету 1 «Выручка» отражается товарооборот компании. Товарооборот – это объем продаж товаров торговой организацией выраженный в денежном выражении за определенный период времени. В этот товарооборот включен НДС, который организация начисляет для расчетов с бюджетом. Начисление НДС отражается проводкой:

Дебет счет 90 «Продажи» субсчет 3 «НДС» Кредит счета 68 «Расчеты по налогам и сборам» субсчет 2 «НДС».

Если вычесть из кредитового оборота по счету 90 «Продажи» субсчет 1 «Выручка» дебетовый оборот по счет 90 «Продажи» субсчет 3 «НДС», то можно определить товарооборот организации без учета НДС.

1) Реализация товаров.

ООО «ДомСтрой» используется метод определения момента реализации в момент отгрузки. Отгрузка товара осуществляется за предоплату или с отсрочкой платежа. Рассмотрим корреспонденцию счетов в этих двух случаях.

Реализация товаров на условиях последующей их оплаты проводится корреспонденцией счетов, представленной в таблице 2.3.

Таблица 2.3 – Корреспонденция счетов при реализации товаров с последующей оплатой

Содержание операции	Дебет	Кредит
Отражена продажная стоимость товаров с учетом всех налогов в составе выручки от продаж	62–1	90–1

Продолжение таблицы 2.3

Содержание операции	Дебет	Кредит
Списана покупная стоимость реализованных товаров, по которым была признана выручка на себестоимость продаж	90-2	41-1
Начислена задолженность бюджету по НДС с оборота по реализации товаров	90-3	68-2
Поступила оплата от покупателей	51	62
Определен финансовый результат	90/99	99/90

Если реализация товаров проводится на условиях предоплаты, то отражается корреспонденцией счетов, представленной в таблице 2.4.

Таблица 2.4 – Корреспонденция счетов при реализации товаров по предоплате

Содержание операции	Дебет	Кредит
Отражается предоплата покупателя за товары	51	62-02
Начисляется НДС с предварительной оплаты	76.АВ	68-2
Отражается выручка на продажную стоимость товаров с НДС	62-01	90-1
Отражается выбытие товаров.	90-2	41
Начисляется сумма НДС на реализованные товары	90-3	68-2
Зачитывается ранее полученная предоплата в счет погашения задолженности за переданные товары	62-01	62-02
Зачитывается НДС с погашенной предварительной оплаты	68-2	76.АВ
Определен финансовый результат	90/99	99/90

Рассмотрим продажу товаров и выявление финансового результата на примере:

15.04.2018 года от поставщика на склад поступил и был оприходован товар. Накладная представлена в таблице 2.5.

Таблица 2.5 – Накладная № 746 от 15.04.2018

№ п/п	Наименование	Ед. изм	Кол-во	Цена	Сумма без НДС	НДС	Сумма НДС	Итого
1	Битум БН 90/30 крафт-мешок	Шт.	156	240	37440	18%	6739,2	44179,2
Итого			156	240	37440		6739,2	44179,2

20.04.2018 года поступивший товар был реализован компании ЗАО

«Синергия». Накладная на реализацию товара представлена в таблице 2.6.

Таблица 2.6 – Накладная на реализацию товара от 20.04.2018

№ п/п	Наименование	Ед. изм	Кол-во	Цена	Сумма без НДС	НДС	Сумма НДС	Итого
1	Битум БН 90/30 крафт-мешок	Шт.	80	252	20160	18%	3628,8	23788,8
Итого			80	252	20160		3628,8	23788,8

В соответствии с данными составляем следующие проводки, указанные в таблице 2.7.

Таблица 2.7 – Бухгалтерские проводки реализации ООО «ДомСтрой» на условиях последующей оплаты

Содержание операции	Дебет	Кредит	Сумма, в руб.
Отражена продажная стоимость товаров с учетом всех налогов в составе выручки от продаж	62-1	90-1	23788,80
Списана покупная стоимость реализованных товаров, по которым была признана выручка на себестоимость продаж	90-2	41-1	19200
Начислена задолженность бюджету по НДС с оборота по реализации товаров	90-3	68-2	3628,80
Поступила оплата от покупателей	51	62	23788,80
Определен финансовый результат	90	99	960

По окончании отчетного периода счет 90 «Продажи» закрывается на счете 99 «Прибыли и убытки».

Финансовый результат оформляется проводкой Дебет 90 «Продажи» Кредит 99 «Прибыли и убытки» на сумму 960 рублей – прибыль.

Рассмотрим порядок возврата товаров, приобретённых у компании «ДомСтрой» по договору, в случае выявления некачественного товара во время его приемки.

ООО «ДомСтрой» был отгружен товар на сумму 11800 руб. Себестоимость этого товара 8000 руб. От покупателя поступила оплата в размере 11800 на расчетный счет. Покупатель при приемки товара

обнаружил, что товар некачественный и вернул в полном объеме.

В случае выявления некачественного товара спустя некоторое время после приемки товара покупателем, возвращая товар, покупатель в своем учете его реализует, а компания «ДомСтрой» в своем учете его оприходует. Совершается обратная поставка товара. Порядок корреспонденции счетов при возврате товара в ООО «ДомСтрой» представлен в таблице 2.8.

Таблица 2.8 – Корреспонденция счетов, применяемых ООО «ДомСтрой» при возврате товаров.

Содержание операции	Дебет	Кредит	Сумма, в руб.
Списана себестоимость товара	90-2	41	8000
Отражена выручка от продажи товара	62	90-1	11800
Начислен НДС с продажи	90-3	68	1800
Поступила оплата от покупателя	51	62	11800
Принята претензия от покупателя за ненадлежащее качество товара	62	76	11800
Сторнируются операции по продаже товара	62	90-1	-11800
Сторнируются операции по продаже товара	90-3	68	-1800
	90-2	41	-8000
Возвращены деньги покупателю	76	51	11800

Таблица 2.9 – Корреспонденция счетов, применяемых ООО «ДомСтрой» при возврате товаров.

Содержание операции	Дебет	Кредит	Сумма, в руб.
Отражена продажная стоимость Мастика битумная гидроиз. СТН с учетом всех налогов в составе выручки от продаж	62-1	90-1	29 500
Начислена задолженность бюджету по НДС с оборота по реализации товаров	90-3	68-2	4 500
Принят возврат товара от покупателя	41-1	60	2500
Отражена сумма НДС, предъявленная за возврат товара	19	60	450
Принят к вычету НДС, предъявленный за возврат товара	68	19	450
Зачтены взаимные требования	60	62	2950

25 августа 2018 г. с организацией ООО «Автодорстрой» был заключен договор на поставку товара «Мастика битумная гидроиз СТН» в количестве 100 штук по цене 295 рублей за штуку на общую сумму 29 500 рублей.

10 сентября клиент вернул товар, утверждая в рекламации, что продукция является некачественной. После проверки продавец согласился принять товар обратно. Расчеты за поставленный товар не были произведены. Корреспонденция счетов по данным операциям представлены в таблице 2.9.

Подводя итоги по главе, следует отметить, что основным направлением стратегии развития ООО «ДомСтрой» является совершенствование системы сбыта продукции.

Проведенный анализ показал, что объем реализации валовой продукции за 2018 год составил 6945 тыс. руб., что больше, чем в 2017 году на 24,8 %. Общая сумма затрат на реализацию продукции в 2018 году составила 6 683 тыс. руб., что на 47 тыс. руб. меньше, чем за 2016 год. Большая часть этой суммы во все рассчитываемые года приходится на материальные затраты.

Все показатели показывают устойчивый рост, что говорит об увеличении эффективности использования капитала.

Что касается бухгалтерского учета продажи готовой продукции в ООО «ДомСтрой», то он организован логично и в полном соответствии с действующими нормативными актами. Его построение позволяет в полной мере утверждать, что показатели используемых счетов финансовое состояние изучаемого раздела учета отражают достоверно.

3 Анализ продажи готовой продукции

3.1 Анализ выполнения плана продаж

Информационной базой для анализа реализации продукции служат: бизнес – план предприятия; оперативные планы – графики; бухгалтерский баланс; отчет о финансовых результатах. Анализ начинается с изучения динамики реализации продукции (таблица 3.1).

Таблица 3.1 – Динамика реализации продукции в сопоставимых ценах ООО «ДомСтрой» за 2014 – 2018 гг.

Год	Объем реализации в сопоставимых ценах, в тыс. руб.	Темп роста, в %	
		базисные	Цепные
2014	2997	100	100,0
2015	3275	109,3	109,3
2016	3720	124,1	113,6
2017	3710	123,7	99,7
2018	3910	130,4	105,4

Из таблицы 3.1 видно, что за пять лет объем реализации возрос на 30,4%. В вышеприведенном расчете среднегодовой темп прироста реализации продукции – 21,6%. По результатам за 2017-2018 гг. наибольший удельный вес в реализации заняли: лакокрасочные изделия, отделочные материалы.

Анализируя объем реализации продукции по таблице 3.2, можно отметить, что организация выполнила и перевыполнила план в целом по предприятию. Объем реализации по предприятию увеличился на 130 тысяч рублей, это увеличение связано с повышением спроса на лакокрасочные материалы.

Наибольший процент перевыполнения плана по лакокрасочным материалам: реализация 10,8%. Не выполнен план по отделочным материалам: реализация – на 11,35% (таблица 3.2).

Таблица 3.2 – Оценка выполнения плана по реализации продукции ООО «ДомСтрой» за 2018 год

Изделие	Реализация продукции, тыс. руб.			
	План	Факт	Абсолют. отклонение, (+/-)	Относит. отклонение, (%)
Лакокрасочные материалы	2520	2793	+273	+10,8
Отделочные материалы	1260	1117	-143	-11,35
Итого	3780	3910	+130	+3,45

Падение спроса связано с повышением цены на данный вид продукции по сравнению с основным конкурентом предприятия.

В целом ООО «ДомСтрой» выполнило план по реализации на 103,45%.

Большое влияние на результаты хозяйственной деятельности оказывают ассортимент (номенклатура) и структура реализуемой продукции.

Номенклатура – это перечень наименований изделий, которое может реализовывать организация при наличии имеющихся ресурсов, уровня техники, технологии и организации сбыта.

Ассортимент - перечень наименований продукции, реализуемой организацией за соответствующий период. Ассортимент бывает: полный; групповой; внутригрупповой.

Структура продукции – это удельный вес каждого вида продукции в натуральном и стоимостном выражении или в общей стоимости реализуемой продукции.

При формировании ассортимента и структуры реализации продукции предприятие должно учитывать, с одной стороны, спрос на данные виды продукции, а с другой – наиболее эффективное использование трудовых, сырьевых, технических, технологических, финансовых и других ресурсов, имеющихся в его распоряжении. Система формирования ассортимента включает в себя следующие основные моменты:

- определение текущих и перспективных потребностей покупателей;
- оценку уровня конкурентоспособности реализуемой или

планируемой к реализации продукции;

- изучение жизненного цикла изделий и принятия, своевременных мер по внедрению новых, более совершенных видов продукции и изъятие из сбытовой программы морально устаревшей и экономически неэффективной продукции;

- оценку экономической эффективности и степени риска изменений в ассортименте продукции.

Анализ выполнения плана по ассортименту базируется на сравнении фактической и плановой реализации продукции по изделиям.

Оценка выполнения плана по ассортименту продукции обычно производится с помощью одноименного коэффициента, который рассчитывается путем деления общей фактической реализации продукции, зачтенного в выполнение плана по ассортименту, на общий плановой реализации продукции. Проанализируем выполнение плана по ассортименту продукции основного сбыта ООО «ДомСтрой» (см. таблицу 3.3).

Из таблицы 3.3 видно, что план по ассортименту продукции выполнен на 96,1% ($= 3650 / 3800 \times 100$).

Таблица 3.3 – Выполнение плана по ассортименту продукции на ООО «ДомСтрой» за 2018 г.

Изделие	Объем реализации продукции в плановых ценах, в тыс. руб.		Выполнение плана, в %	Объем продукции, зачтенный в выполнение плана по ассортименту, в тыс. руб.
	План	Факт		
Лакокрасочные материалы	2533	2854	112,7	2533
Отделочные материалы	1267	1117	88,2	1117
Итого	3800	3971	104,5	3650

Увеличение объема реализации по одним видам и сокращение по другим видам продукции приводит к изменению ее структуры, т.е. соотношения отдельных изделий, в общей их реализации. Выполнить план

по структуре — значит сохранить в фактической реализации продукции запланированные соотношения отдельных ее видов.

Данные графы «Факт по плановой структуре» получены умножением графы «Объем реализации продукции по плану» на коэффициент выполнения плана по продукции в целом по предприятию.

$$\text{КВП} = 3971 \div 3800 = 1,0454$$

$$\text{Факт по плановой структуре} = 2533 \times 1,0454 = 2647 \text{ тыс. руб.}$$

Таблица 3.4 – Оценка выполнения плана по структуре продукции ООО «ДомСтрой» за 2018 г.

Вид продукции	Объем реализации продукции, в тыс. руб.		Структура реализации, в %		Зачет структуры в пределах плана, в %	Факт по плановой структуре в тыс. руб.	Зачет факта в пределах факта по плановой структуре, в тыс. руб.
	План	Факт	План	Факт			
Лакокрасочные материалы	2533	2854	66,7	71,9	66,7	2647	2647
Отделочные материалы	1267	1117	33,3	28,1	28,1	1324	1117
Итого	3800	3971	100	100	94,8	3971	3764

Данные таблицы 3.4 показывают, что структура объема реализации продукции в анализируемом периоде выполнена на 94,8% ($3764 \div 3971 \times 100$). Основным фактором, оказавшим отрицательное влияние на недовыполнение плана по структуре, является снижение реализации на 5,2% ($28,1 - 33,3$) или на 150 тысяч рублей ($1117 - 1267$).

3.2 Анализ финансовых результатов от продажи готовой продукции

Проведем анализ динамики валовой продукции за 2016-2018 гг. Данный анализ представлен в таблице 3.5.

Таблица 3.5 – Валовая продукция ООО «ДомСтрой» за 2016-2018 гг., тыс. руб.

Показатели	Годы			Изменение (+/-)		Темп роста, %	
	2016	2017	2018	2017/ 2016	2018/ 2017	2017/ 2016	2018/ 2017
Валовая выручка от реализации продукции	38455	47708	49817	9253	2109	24,06	4,42

По данным, представленным в таблице 3.5, видно, что объем валовой выручки от реализации продукции за 2018 год составил 49817 тыс. руб., что больше, чем в 2017 году на 4,42 %. Темп роста выручки в 2018 году ниже, чем в 2017 году.

Поскольку компания занимается поставками отделочных и строительных материалов, но основным является направление именно строительных материалов рассмотрим состав затрат на реализацию строительной продукции ООО «ДомСтрой» в таблице 3.6.

Таблица 3.6 – Затраты на реализацию продукции ООО «ДомСтрой» за 2016-2018 гг. по основному виду деятельности

Элементы затрат	2016		2017		2018		Отклонение, +/-	
	сумма, тыс. руб.	% к итогу	сумма, тыс. руб.	% к итогу	сумма, тыс. руб.	% к итогу	тыс. руб.	%
1 Затраты на оплату труда с отчислениями на социальные нужды	1 548	23,0	1 528	23,2	1 318	19,7	-230	-3,3
2. Материальные затраты, вошедшие в себестоимость продукции	4 814	71,5	4 495	68,3	4 743	71,0	-71	-0,6
3 Амортизация основных средств и нематериальных активов	345	5,1	468	7,1	468	7,0	123	1,9
4 Страховые платежи	4	0,1	5	0,1	2	0,0	-2	0,0
5 Прочие затраты	19	0,3	81	1,2	152	2,3	133	2,0
Итого затрат на реализацию продукции	6 730	100,0	6 577	100,0	6 683	100,0	-47	–

Общая сумма затрат на реализацию строительной продукции в 2018 году составила 6 683 тыс. руб., что на 47 тыс. руб. меньше, чем за 2016 год. Большая часть этой суммы во все рассчитываемые года приходится на материальные затраты, что является естественным, так как они непосредственно связаны с реализацией продукции. За 2018 год величина материальных затрат составила 4 743 тыс. руб. Доля материальных затрат за 2018 год составила 71,0 %, сократившись относительно 2016 года на 0,6 п.п.

Затраты на оплату труда с отчислениями на социальные нужды составили за 2018 год 1 318 тыс. руб. Снижение величины данной статьи затрат составило 230 тыс. руб. по отношению к 2016 году. Доля затрат на оплату труда с отчислениями на социальные нужды в общей структуре затрат за 2016-2018 гг. снизилась на 3,3 п.п. и составила 19,7 %. Амортизация основных средств и нематериальных активов за анализируемый период возросла на 123 тыс. руб. Рост амортизационных отчислений указывает на внедрение передовых технологических процессов, повышение уровня автоматизации и механизации, фондовооруженности. Удельный вес амортизации в структуре затрат увеличился за 2016-2018 гг. на 1,9 п.п.

Отрицательным моментом является рост прочих затрат как в стоимостном, так и в процентном выражении, так как данная статья затрат является наиболее трудно контролируемой. Рост прочих затрат за 2016-2018 гг. составил 133 тыс. руб. Анализ динамики прибыли ООО «ДомСтрой» представлен в таблице 3.7.

Таблица 3.7 – Показатели прибыли получаемой от реализации строительных материалов в ООО «ДомСтрой» за 2016-2018 гг., тыс. руб.

Показатели	Годы			Отклонение, +/-		Темп роста, %	
	2016	2017	2018	2017/ 2016	2018 / 2017	2017/ 2016	2018 / 2017
Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг	38455	47708	49817	9253	2109	24,06	4,42

Продолжение таблицы 3.7

Показатели	Годы			Отклонение, +/-		Темп роста, %	
	2016	2017	2018	2017/ 2016	2018/ 2017	2017/ 2016	2018/ 2017
Себестоимость реализованной продукции, товаров, работ, услуг	38017	47526	48006	9239	480	125,01	101,01
Валовая прибыль	438	182	1811	-256	1629	41,55	995,05
Прочие доходы	-	-	70	-	70	-	-
Прочие расходы	298	66	1026	-232	960	22,15	1554,55
Налог на прибыль	28	23	26	-5	3	82,14	113,04
Чистая прибыль (убыток)	112	92	829	-20	737	82,14	901,09

В 2018 году по сравнению с 2017 годом объем выручки от реализации продукции, работ, услуг увеличился на 2109 тыс. руб. и составил 49817 тыс. руб., темп роста себестоимости продукции ООО «ДомСтрой» на 2018 год составил 101,01%. В абсолютном выражении она возросла на 480 тыс. руб. Валовая прибыль от реализации строительных материалов возросла на 1629 тыс. руб. и составила 1811 тыс. руб.

В анализируемом периоде предприятие имело прочие доходы и расходы по текущей деятельности. При этом, предприятие стало получать прочие доходы лишь в 2018 году. Их величина составила 70 тыс. руб. Прочие расходы находятся в динамике. В 2017 году их величина сократилась на 77,85% (100% - 22,15%). А в 2018 году произошло увеличение по данной статье, которое составило в абсолютном выражении 960 тыс. руб. Таким образом, прочие расходы на конец 2018 года составили 1026 тыс. руб.

Чистая прибыль также находится в динамике. Темп роста показателя в 2017 году составил 82,14%. В 2018 году показатель повысился на 737 тыс. руб. и составил 829 тыс. руб.

Основным направлением стратегии развития ООО «ДомСтрой» является совершенствование системы сбыта продукции.

Общая сумма затрат на реализацию продукции (Таблица 3.6) в 2018 году составила 6 683 тыс. руб., что на 47 тыс. руб. меньше, чем за 2016 год. Большая часть этой суммы во все рассчитываемые года приходится на материальные затраты.

Для того чтобы повысить эффективность реализации продукции, необходимо сократить затраты, расширить ассортимент, повысить качество продукции, усилить систему контроля продукции, что будет способствовать увеличению прибыли организации и ее рентабельности.

3.3 Рекомендации по совершенствованию учета продаж готовой продукции

На основе проведенной работы по анализу продаж в ООО «ДомСтрой» можно выдвинуть следующие предложения.

Важным перспективным предложением по повышению показателей сбыта готовой продукции в организации ООО «ДомСтрой» является совершенствование системы качества в организации. Качество товаров должно соответствовать требованиям ГОСТа, иначе покупатель вправе отказаться от оплаты и приема товара и ответственности за отказ от приема товара не несет. В связи с тем, что продукт не соответствует качеству, оговоренному в условиях договора, товар с браком, организация вынуждена возвращать товар.

Работа ООО «ДомСтрой» в новых экономических условиях предполагает реструктурирование всех функциональных сфер деятельности, но в основном это касается сферы сбыта готовой продукции. В условиях жесткой конкуренции главная задача системы управления сбытом – обеспечить завоевание и сохранение организацией предпочтительной доли рынка и добиться превосходства организации над конкурентами.

Под сбытом следует понимать комплекс процедур продвижения готовой продукции на рынок (формирование спроса, получение и обработка

заказов, комплектация и подготовка продукции к отправке покупателям, отгрузка продукции на транспортное средство) и организацию расчетов за нее (установление условий и осуществление процедур расчетов с покупателями за отгруженную продукцию).

Сбытовая политика, сформулированная на основе целей и задач сбыта, должна соответствовать бизнес - концепции ООО «ДомСтрой» (что собой представляет организация, чем она сильнее конкурентов, каково желаемое место на рынке), а также принятому курсу действий. Сбытовая политика на ООО «ДомСтрой» также зависит от внутренних и внешних условий функционирования, и для ее разработки необходим их детальный анализ, а также возможностей организации.

Сбытовая политика строится на основе упорядоченного анализа потребностей и запросов, свойственных потребителям продукции ООО «ДомСтрой». Потребности и запросы потребителей постоянно меняются. Эффективная сбытовая политика должна быть направлена на постоянное обновление ассортимента и повышение разнообразия предлагаемых услуг.

В ООО «ДомСтрой» сбытовую политику разрабатывает руководитель отдела продаж и маркетинга. Он согласовывает текст положения о сбытовой политике с другими руководителями организации (главный конструктор, главный технолог, начальниками планово-экономического отдела и финансового отдела, начальником отдела материально-технического снабжения).

В целом сбытовая политика в ООО «ДомСтрой» должна быть ориентирована на достижение следующих показателей эффективности функционирования организации:

- получение предпринимательской прибыли в текущем периоде, а также гарантии ее получения в будущем;
- максимальное удовлетворение платежеспособного спроса потребителей;
- долговременная устойчивость организации на рынке, и своей

продукции конкурентоспособность;

– положительная репутация на рынке и признание со стороны общественности.

После необходимых согласований начальник отдела продаж представляет завизированный вышеуказанными должностными лицами текст положения о сбытовой политике на утверждение руководителю организации. Положение о сбытовой политике вводится в действие приказом руководителя ООО «ДомСтрой».

Персонал, имеющий отношение к реализации продукции, должен быть формально ознакомлен с информацией в положении о сбытовой политике и обязан четко придерживаться принятых решений в текущей деятельности. Обязанности по осуществлению контроля на предмет соблюдения утвержденного положения о сбытовой политике всеми структурными подразделениями организации целесообразно возложить на руководителя отдела продаж. Сбытовая политика на ООО «ДомСтрой» должна разрабатываться на каждый отчетный год, а любые изменения оформляться соответствующими приказами. В условиях рыночной конкуренции информация, содержащаяся в положении о сбытовой политике, представляет определенный интерес для конкурентов организации, и поэтому она должна быть отнесена приказом руководителя к сведениям, составляющим коммерческую тайну организации.

На основе проведенной работы по правильности постановки и ведения бухгалтерского учета и отчетности в ООО «ДомСтрой» можно выдвинуть следующие предложения.

Организовать электронный документооборот учета выпуска готовой продукции с применением программного комплекса 1С, опираясь на Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 г. №149-ФЗ.

Вместе с тем, использовать первичную документацию (накладные, акты) представляется, все же, не целесообразным. Оптимальным решением

было бы использование накладных с машиночитаемыми штрих-кодами.

Для оптимизации в отношении склада готовой продукции, отдела сбыта (маркетинга) и бухгалтерии рекомендовано организовать единую базу данных со специфическими правами доступа для каждого сотрудника указанных подразделений. Реализация данного решения позволит ускорить взаимообмен информацией, предоставит оперативные данные для отдела сбыта в режиме «реального времени».

Так же, рекомендуется расширить диапазон применения сводных учетных регистров, полнее раскрывая возможности программного комплекса 1С. В частности, это касается анализов счетов по субконто в разрезе складов и видов готовой продукции.

В целом, бухгалтерский учет выпуска готовой продукции в ООО «ДомСтрой» организован логично и в полном соответствии с действующими нормативными актами. Его построение позволяет в полной мере утверждать, что показатели используемых счетов финансовое состояние изучаемого раздела учета отражают достоверно.

Заключение

В выпускной квалификационной работе было проведено исследование практических и теоретических основ анализа продаж готовой продукции на примере ООО «ДомСтрой».

В первой главе настоящей работы определено, что прибыль от продаж является главным фактором доходности компаний, которые специализируются на купле-продаже. Важными показателями, влияющие на деятельность организации, выступают объем реализации продукции (выполнения работ, оказания услуг).

Основная цель продажи продукции – это рост спроса на изготавливаемые товары или услуги по сравнению с конкурентами путем расширения влияния на рынке товаров и увеличение прибыльности за счет увеличения объема продаж востребованной продукции, для выявления наиболее продуктивных способов увеличения объема реализации продукции, повышение ее качества и рост объема внутренних резервов сбыта.

Установлено, что готовая продукция в бухгалтерском учете может быть оценена одним из следующих вариантов: по фактической производственной себестоимости продукции, по плановой (нормативной) производственной себестоимости, по учетным ценам, по продажам ценам и тарифам (без НДС), по прямым статьям расходов сокращенной себестоимости.

Если организация-производитель учитывает готовую продукцию по фактической себестоимости, то готовая продукция будет учитываться только с использованием счета 43 «Готовая продукция».

Анализ реализации продукции является весьма актуальным, в том числе в практике российских предприятий, так как этот анализ в наибольшей степени позволяет правильно проанализировать и спрогнозировать следствия разных вариантов управленческих решений, таким образом, выявив наиболее оптимальную стратегию для достижения поставленных перед организацией целей.

Во второй главе выпускной квалификационной работы был проведен практический анализ на примере ООО «ДомСтрой».

Основным направлением стратегии развития ООО «ДомСтрой» является совершенствование системы сбыта продукции.

Объем реализации валовой продукции за 2018 год составил 6945 тыс. руб., что больше, чем в 2017 году на 24,8 %.

Общая сумма затрат на реализацию продукции в 2018 году составила 6 683 тыс. руб., что на 47 тыс. руб. меньше, чем за 2016 год. Большая часть этой суммы во все рассчитываемые года приходится на материальные затраты.

За анализируемый период также наблюдается рост стоимости активов и оборотного капитала (на 30%). Основные фонды увеличились за 2 года. Все показатели показывают устойчивый рост, что говорит об увеличении эффективности использования капитала.

Бухгалтерский учет в Обществе ведется с использованием средств вычислительной техники, программы «1С: Бухгалтерия 8.2», с применением журнально–ордерной системы на основе Плана счетов бухгалтерского учета финансово–хозяйственной деятельности организации и Инструкции по его применению. Данный план счетов утвержден приказом Минфина РФ от 31.10.2000 г. № 94н.

В целом, бухгалтерский учет продажи готовой продукции в ООО «ДомСтрой» организован логично и в полном соответствии с действующими нормативными актами. Его построение позволяет в полной мере утверждать, что показатели используемых счетов финансовое состояние изучаемого раздела учета отражают достоверно

На основе проведенного анализа и с целью совершенствования учета продаж готовой продукции в ООО «ДомСтрой» в третьей главе выпускной квалификационной работы был выдвинут ряд предложений. В частности рекомендовано организовать единую базу данных со специфическими правами доступа для каждого сотрудника указанных подразделений.

Расширить диапазон применения сводных учетных регистров, полнее раскрывая возможности программного комплекса 1С. В частности, это касается анализов счетов по субконто в разрезе складов и видов готовой продукции.

Совершенствовать систему качества в организации. Качество товаров должно соответствовать требованиям ГОСТа, иначе покупатель вправе отказаться от оплаты и приема товара и ответственности за отказ от приема товара не несет.

Совершенствовать сбытовую политику ООО «ДомСтрой», которая должна быть ориентирована на достижение показателей эффективности функционирования организации.

С целью оптимизации в отношении склада готовой продукции, отдела сбыта (маркетинга) и бухгалтерии рекомендовано организовать единую базу данных со специфическими правами доступа для каждого сотрудника указанных подразделений.

Так же, рекомендуется расширить диапазон применения сводных учетных регистров, полнее раскрывая возможности программного комплекса 1С. В частности, это касается анализов счетов по субконто в разрезе складов и видов готовой продукции.

Одним из перспективных предложений бухгалтерского учета является необходимость введения в план счетов 41 «Товары». Это даст возможность вести на нем и синтетический и аналитический учет товаров, предназначенных, для сбыта прямо со склада, минуя розничную торговлю. Организация могла бы получать выгоду, так как оборот увеличится, ведь продажа будет идти без наценок.

Важным перспективным предложением бухгалтерского учета сбыта готовой продукции в организации ООО «ДомСтрой» является совершенствование системы качества в организации. Качество товаров должно соответствовать требованиям ГОСТа, иначе покупатель вправе отказаться от оплаты и приема товара и ответственности за отказ от приема

товара не несет. В связи с тем, что продукт не соответствует качеству, оговоренному в условиях договора, товар с браком, организация вынуждена возвращать товар.

Для того чтобы повысить эффективность реализации продукции, необходимо сократить затраты на реализацию, усовершенствовать технологию, расширить ассортимент, усилить контроль качества закупаемой продукции, что будет способствовать увеличению прибыли предприятия и его рентабельности.

Таким образом, предложенные мероприятия положительно скажутся на деятельности организации и организации учетной работы в целом.

Список используемой литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая): федер. закон от 25.12.2018 № 486-ФЗ (ред. 25.01.2019) // [Электронный ресурс]. Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. Федеральный закон от 06.12.2011 г. № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» (ред. от 04.11.2014) [Электронный ресурс]. Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
3. Постановление Госкомстата РФ от 18.08.1998 № 88 (ред. от 03.05.2000) "Об утверждении унифицированных форм первичной учетной документации по учету кассовых операций, по учету результатов инвентаризации" [Электронный ресурс]. Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
4. Абдукаримов И.Т., Тен Н.В. Эффективность и финансовые результаты хозяйственной деятельности предприятия: критерии и показатели их характеризующие, методика оценки и анализа / И.Т. Абдукаримов, Н.В. Тен // Социально-экономические явления и процессы. – 2011. – № 5-6. – С. 11–21.
5. Базылюк К.М. Освещение подходов к определению сущности категории «эффективность» / К.М. Базылюк, И.Н. Епифанова // Науковий вісник Одеського національного економічного університету. – 2016. – № 10 (218). – С. 5-15.
6. Бальжинов А.В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие / А.В. Бальжинов, Е.В. Михеева. – Улан–Удэ: Вост. - Сиб. гос. технолог. ун - т, 2012. – 119 с.
7. Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия / Т.Б. Бердникова. – М.: Инфра-М, 2011. – 224 с.
8. Бороненкова С.А., Мельник М.В. Комплексный экономический анализ в управлении предприятием / С.А. Бороненкова, М.В. Мельник. – М.: Издательство Форум, 2018. – 352 с.

9. Вахрушина М.А. Анализ финансовой отчетности: Учебник / М.А. Вахрушина. – 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА - М, 2017. – 432 с.
10. Войтов А.Г. Эффективность труда и хозяйственной деятельности. Методология измерения и оценки / А.Г. Войтов. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2016. – 232 с.
11. Горелкина И.А. Методические подходы к обоснованию системы экономических показателей оценки эффективности деятельности организации / И.А. Горелкина // Экономический анализ: теория и практика. – 2018. – № 9. – С. 61-64.
12. Гусева Л.И. Анализ и оценка эффективности производства и реализации продукции / Л.И. Гусева // Апрельские научные чтения имени профессора Л.Т. Гиляровской. – 2016. – С. 94-96
13. Деева Т.О. Анализ производства и реализации продукции / Т.О. Деева // Политика импортозамещения: проблемы и перспективы материалы Всероссийской заочной научно-практической конференции. – 2018. – С. 18-21.
14. Дроздов, О.А. Анализ финансовых результатов деятельности предприятия / О.А. Дроздов // Международный журнал экспериментального образования. – 2010. – № 11. – С. 60-61.
15. Евдокимова Т.В. Теоретический анализ сущности эффективности / Т.В. Евдокимова // Актуальные проблемы управления и экономики: российский и зарубежный опыт. – 2016. – № 7. – С. 176-181.
16. Киреева Н.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности / Н.В. Киреева. – М.: Социальные отношения, 2016. – 512 с.
17. Коротких Ю.А. Анализ производства и реализации продукции / Ю.А. Коротких // Актуальные вопросы современного экономического развития, 2018. – С. 169-172.
18. Крейнина М.Н. Современные подходы к оценке эффективности деятельности организации / М.Н. Крейнина // Планово-экономический отдел.

– 2011. – № 11. – С. 35-45.

19. Любушин Н.П. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: учеб. пособие вузов / Н.П. Любушин, В.Б. Лещева, В.Г. Дьякова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 471 с.

20. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г.В. Савицкая. – М.: Инфра-М, 2016. – 544 с.

21. Савицкая Г.В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / Г.В. Савицкая. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2018. – 608 с.

22. Самоделкина А.В. Основные подходы к определению понятия эффективности / А.В. Самоделкина, О.В. Костенко // Новая наука: Проблемы и перспективы. – 2018. – № 8 (97). – С. 252-255.

23. Силаева Л.П. Эффективность производства и реализации сельскохозяйственной продукции в стране / Л.П. Силаева // Агропродовольственная политика России. – 2016. – № 1 (25). – С. 24-28.

24. Сулейманова Д.А., Ахмедов, Л.А. Комплексная оценка и анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия / Д.А. Сулейманова, Л.А. Ахмедов // Проблемы современной экономики. – 2016. – № 4. – С. 127-130.

25. Кондраков Н.П. Бухгалтерский учет (финансовый и управленческий): учебник / Н.П. Кондраков. — 5-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 584 с. — (Высшее образование: Бакалавриат).

26. Савицкая Г.В. Экономический анализ: учебник – 14-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2018. – 649 с. – (Высшее образование: Бакалавриат).

27. Atseye F.A., Ugwu J.I., Takon S.M. Determinants of working capital management / International Journal of Economics, Commerce and Management Vol. III, Issue, 2015.

URL: <http://ijecm.co.uk/wp-content/uploads/2015/02/3248.pdf>

28. Dr. Kandpal V. An Analysis of Working Capital Management in Select Construction Companies / Journal of Commerce & Management Thought Vol. 6-1, 2015, - PP. 7-31.
29. Nobanee, H., Abraham, J. Current Assets Management of Small Enterprises / Journal of Economic Studies, 42(4), 2015, - PP. 549-560
30. Nuhiu1 A., Dërmaku A. A Theoretical Review on the Relationship between Working Capital Management and Company's Performance / AUDCE, Vol. 13, no. 3, 2017, - PP. 56-69
31. Wieczorek-Kosmala M., Doś A., Błach J., Gorczyńska M. - Working capital management and liquidity reserves: The context of risk retention / Journal of Economics and Management Vol. 23 (1), 2016, URL:https://www.ue.katowice.pl/fileadmin/user_upload/wyda..

Бухгалтерский баланс				
на 31 декабря 2018 г.				
			Коды	
			0710001	
			31	12
			2018	
Организация	Общество с ограниченной ответственностью "ДОМСТРОЙ"	Форма по ОКУД		
Идентификационный номер налогоплательщика		Дата (число, месяц, год)		
Вид экономической деятельности	Торговля оптовая прочими строительными материалами и изделиями.	по ОКПО	36880985	
Организационно-правовая форма / форма собственности	Общество с ограниченной ответственностью / частная	ИНН	6324056163	
Единица измерения:	в тыс. рублей	по ОКВЭД	46.73	
Местонахождение (адрес)	445004, Самарская обл, Тольятти г, Базовая ул, дом № 5	по ОКФС / ОКФС	12165	16
		по ОКЕИ	384	

Наименование показателя	Код	На 31 декабря 2018 г.	На 31 декабря 2017 г.	На 31 декабря 2016 г.
АКТИВ				
Материальные внеоборотные активы	1150	2 725	-	-
Запасы	1210	26 045	27 125	14 743
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	57	93	23
Финансовые и другие оборотные активы	1230	4 209	1 994	3 228
БАЛАНС	1600	33 036	29 212	17 994
ПАССИВ				
Капитал и резервы	1370	1 044	215	122
Краткосрочные заемные средства	1510	1 766	3 006	442
Кредиторская задолженность	1520	30 226	25 991	17 430
БАЛАНС	1700	33 036	29 212	17 994

Руководитель	Мамарин Алексей Александрович (расшифровка подписи)
(подпись)	
24 марта 2019 г.	

Отчет о финансовых результатах				
за Январь - Декабрь 2017 г.				
			Коды	
Форма по ОКУД			0710002	
Дата (число, месяц, год)			31 12 2017	
Организация	Общество с ограниченной ответственностью "ДОМСТРОЙ"	по ОКПО	36880985	
Идентификационный номер налогоплательщика			ИНН 6324056163	
Вид экономической деятельности	Оптовая торговля прочими строительными материалами	по ОКВЭД	51.53.24	
Организационно-правовая форма / форма собственности				
Общество с ограниченной ответственностью / частная			по ОКОПФ / ОКФС 12165 16	
Единица измерения: в тыс. рублей			по ОКЕИ 384	
Наименование показателя		Код	За Январь - Декабрь 2017 г.	За Январь - Декабрь 2016 г.
Выручка		2110	47 708	38 455
Расходы по обычной деятельности		2120	(47 526)	(38 017)
Проценты к уплате		2330	(14)	(244)
Прочие расходы		2350	(52)	(54)
Налоги на прибыль (доходы)		2410	(23)	(28)
Чистая прибыль (убыток)		2400	93	112
Руководитель		Мамарин Алексей Александрович		
(подпись)		(расшифровка подписи)		
1 марта 2018 г.				

Отчет о финансовых результатах			
за Январь - Декабрь 2018 г.			
			Коды
Форма по ОКУД			0710002
Дата (число, месяц, год)			31 12 2018
Организация	Общество с ограниченной ответственностью "ДОМСТРОЙ"	по ОКПО	36880985
Идентификационный номер налогоплательщика			ИНН 6324056163
Вид экономической деятельности	Торговля оптовая прочими строительными материалами и изделиями.	по ОКВЭД	46.73
Организационно-правовая форма / форма собственности			
Общество с ограниченной ответственностью / частная			по ОКОПФ / ОКФС 12165 16
Единица измерения: в тыс. рублей			по ОКЕИ 384
Наименование показателя	Код	За Январь - Декабрь 2018 г.	За Январь - Декабрь 2017 г.
Выручка	2110	49 817	47 708
Расходы по обычной деятельности	2120	(48 006)	(47 526)
Проценты к уплате	2330	-	(14)
Прочие доходы	2340	70	-
Прочие расходы	2350	(1 026)	(52)
Налоги на прибыль (доходы)	2410	(26)	(23)
Чистая прибыль (убыток)	2400	829	93
Руководитель		Мамарин Алексей Александрович	
	(подпись)	(расшифровка подписи)	
24 марта 2019 г.			