Особенности учета и анализа продажи продукции

Махмадов Н.Р., студент Финансового университета при правительстве Российской Федерации, Москва, Россия
Научный руководитель: **Нурмухамедова Х.Ш.,** к.э.н., доцент департамента «Учет анализ и аудит», Финасовый университет при правителстве Российской Федерации, Москва, Россия

Аннотация. Статья посвящена учету продажи продукции, которая находится под постоянным контролем бухгалтерии организации, так как его ритмичность обеспечивает выполнение договорных обязательств по отгрузке продукции покупателям, своевременность реализации и всех расчетов и выплат. Также рассмотрено по каким показателям продажи продукции определяется результат работы организации – экономия или перерасход как разница между фактической и плановой себестоимостью выпущенной продукции. Кроме того в статье раскрывается особенность информационного взаимодействия в процессе учета и анализа продукции.

Ключевые слова: готовая продукция, реализация, продажа, отпуск продукции, выручка, себестоимость, отпускные цены, порядок учета, балансовое уравнение, договор поставки, аналитический учет, движение товаров, финансовый результат, прибыль, рентабельность, объем продаж.

Features of accounting and analysis sales of production

Makhmadov N.R., student, the Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia
Supervisor: **Nurmukhamedova Kh.Sh.,** Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Accounting, Analysis and Audit, Finans University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia

Annotation. This article is devoted to the accounting of the sale of products, which is under the constant control of the organization's accounting department, since its rhythmicity ensures the fulfillment of contractual obligations for the shipment of products to customers, the timeliness of implementation and all payments and payments. Also considered by what indicators of product sales determine the result of the work of the organization – the savings, or, or the cost overrun, how is the difference between the actual and the scheduled planned cost of the issued products. In addition, in the article an exception is revealed to the peculiarity of information contacting interaction in the process of accurate accounting of accounting and analysis of product design.

Keywords: finished product, sale, product design, revenue, initial cost, cost price, selling price quotations, accurate accounting procedure, balance record equation, supply contract, analytical accounting, goods movement, financial receipt result result, profit, profitability, profitability, sales volume.

Готовая продукция — это изделия и полуфабрикаты, полностью законченные обработкой, соответствующие действующим стандартам или утвержденными техническим условиям, принятые на склад или заказчиком.

Продажа готовой продукции является обычным видом деятельности организации. Целью продажи является получение дохода и выявление финансового результата от продажи.

Продажа продукции осуществляется в соответствии с заключенными договорами или путем свободной продажи через розничную торговлю.

На основании товарно – транспортных, железнодорожных накладных и других документов на отпуск продукции на сторону в финансовом отделе или при его отсутствии в бухгалтерии выписывают в нескольких экземплярах платежные поручения или платежные требования для расчетов с покупателями через банк.

Анализ отгрузки и реализации продукции на предприятии позволяет выявлять те факторы, которые наибольшим образом влияют на реализацию,

оценивать динамику объемов реализации, выявлять виды продукции и периоды по которым не полностью либо не в оговоренные сроки выполняются договора. Анализ договорных обязательств помогает уменьшить расходы предприятия на оплату неустоек и, следовательно, увеличить прибыль.

На выручки от реализации продукции (работ, услуг) влияют следующие факторы:

- объем реализованной продукции;
- цена реализации единицы продукции;
- структура реализованной продукции.

Чем больше объем реализованной продукции, тем при прочих равных условиях больше объем выручки от реализации.

Объем продаж в плане определяется как стоимость товаров, предназначенных к поставке.При расчете объема продажи товаров учитывается изменение остатков не проданных товаров на начало и конец планируемого периода.

Для анализа выполнения плана по объему продаж составляется баланс продажи товаров в двух оценках: по себестоимости и по отпускным ценам. Если объем продаж в организации определяется по отгрузке товаров, то балансовое уравнение имеет вид:

$V_{зн} + V_{пл} = S_{пл} + V_{зк}$,

$S_{пл} = V_{зн} + V_{пл} - V_{зк}$,

где $S_{пл}$ – плановый объем продаж;

$V_{пл}$ – объем производства товаров по плану;

$V_{зн}$, $V_{зк}$ – запасы товаров на начало и конец планового периода соответственно.

Важной деталью в этом случае является работа с отчетами, с целью расчета важных показателей.

Основными показателями являются показатели, которые говорят о скорости о скорости проникновения компании на рынок.

1. Процент роста объема продаж = Объем продаж 2 период / Объем продаж 1 период Х 100%.

2. Рентабельность продаж = Прибыль / Объем продаж. [1]

3. Процент прироста продаж по постоянным клиентам (VIP-клиентам) = Объем продаж* за 2 период / Объем продаж* за 1 период Х 100%.

4. Доля комплексных сделок = Количество сделок с полным ассортиментом / Общее количество сделок Х 100%.

5. Результативность продаж = Объем продаж фактический/ Объем продаж плановый* Х 100%.

6. Оборачиваемость дебиторской задолженности = Выручка от реализации / Ср.величине дебиторской задолженности за период

7. Эффективность торгового отдела = Прибыль / Количество сотрудников в торговом отделе.

8. Эффективность затрат на продажи = Расходы на продажу / Объем продаж.

В целом, задачи анализа продажи продукции:

– Оценить степень исполнения плана и динамики производства и реализации товара;

– Определить степень влияния факторов на изменение величины этих показателей;

– Выявить внутрихозяйственные резервы роста выпуска и реализации товара;

– Разработать мероприятия по освоению выявленных резервов.

Ключевым аспектом в анализе эффективности продаж является отчетность, на основании которой собираются статистические данные, необходимые для расчета показателей.

Существуют три принципиально разных подхода к оценке эффективности продаж.

[1] Чуев И. Н., Чуева Л. Н. Комплексный экономический 485 анализ хозяйственной деятельности: Учебник для вузов. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 368 с.

1. На основе оценки фактического результата к плановому (нормативному).

2. На основе динамических изменений (сравнение результатов разных периодов).

3. На основе сравнения с лучшими результатами.

В этом аспекте основными задачами бухгалтерского учета готовой продукции являются:

– правильный и своевременный учет наличия и движения готовой продукции на складах, холодильниках и других местах хранения продукции;

– контроль за выполнением планов по объему, ассортименту, качеству выпущенной продукции и обязательств по ее поставкам;

– контроль за сохранностью готовой продукции и соблюдением установленных лимитов;

– контроль за соблюдением плана по продаже продукции и своевременностью оплаты проданной продукции;

– выявление рентабельности всей продукции и ее отдельных видов.

Порядок учета продажи продукции зависит от выбранного метода учета продажи. Организациям разрешается определять выручку от продажи продукции, выполненных работ и оказанных услуг, либо по моменту отгрузки продукции и предъявления платежных документов покупателю (заказчику) или транспортной организации.

В соответствии со статьей 167 Налогового кодекса РФ дата продажи товаров (работ, услуг) в зависимости от принятой учетной политики для целей налогообложения определяется:

– для организаций, выбравших метод продажи «по отгрузке», — как наиболее ранняя из следующих дат:день отгрузки товара (работ, услуг) или передача права собственности на товар;день оплаты товаров (работ, услуг)

– для организаций, выбравших метод продажи «по оплате», — по мере поступления денежных средств, как день оплаты товаров (работ, услуг).

В обоих методах продажи продукции для целей налогообложения отгруженная или предъявленная покупателям готовая продукция по ценам реализации (включая НДС и акцизы) отражается по дебету счета 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» и кредиту счета 90 «Продажи».

Одновременно себестоимость отгруженной или предъявленной покупателю продукции списывается в дебет счета 90 «Продажи» с кредита счета 43 «Готовая продукция».

С суммы выручки организации исчисляют налог на добавленную стоимость и акцизный налог (по установленному перечню товаров).

При методике продажи «по отгрузке» сумма начисленного НДС отражается по дебету счета 90 и кредиту счета 68 «Расчеты по налогам и сборам». Этой проводкой отражается задолженность организации перед бюджетом по НДС, которая потом погашается перечислением денежных средств бюджету (дебет счета 68, кредит счетов денежных средств).

При методе продажи «по оплате» задолженность организации перед бюджетом по НДС возникает после оплаты продукции покупателем. Поэтому после отгрузки продукции покупателям организации отражают сумму НДС по реализованной продукции по дебету счета 90 и кредиту счета 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами».

Поступившие платежи за проданную продукцию отражают по дебету счета 51 «Расчетные счета» и других счетов с кредита счета 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками». После поступления платежей организации, применяющие метод продажи «по оплате», отражают задолженности по НДС перед бюджетом:

Дебет счета 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»;

Кредит счета 68 «Расчеты по налогам и сборам».

Погашение задолженности перед бюджетом по НДС оформляют следующей проводкой:

Дебет счета 68 «Расчеты по налогам и сборам»;

Кредит счетов 51 «Расчетные счета», 52 «Валютные счета» и др.

Таким образом, разница в методах продажи продукции для целей налогообложения заключается в следующем. При методе продажи «по отгрузке» задолженность перед бюджетом по НДС оформляется сразу одной проводкой: дебет счета 90, кредит счета 68. При методе продажи «по оплате» НДС составляют две проводки:

а) дебет счета 90, кредит счета 76 (отражена сумма НДС по проданной продукции);

б) дебет счета 76, кредит счета 68 (отражена задолженность по НДС перед бюджетом).

Особенности бухгалтерских записей по обоим методам продажи продукции представлены в таблице 1.

Таблица 1

Особенности бухгалтерских записей по методам продажи продукции

Операции	**«По оплате» Дебет**	**«По отгрузке» Кредит**
Отгрузка продукции по цене продажи (включая НДС)	62	90
Списывается производственная себестоимость отгруженной продукции	90	43
Списываются расходы по продаже	90	44
Отражена сумма НДС по отгруженной продукции	90	76
Поступили платежи на реализованную продукцию	51,52	62
Начислена задолженность бюджету по НДС	76	68
Перечислено с расчетного счета в погашение задолженности перед бюджетом	68	51
Списывается финансовый результат продажи продукции: прибыль	90	99
убыток	90	90

Следует отметить, что метод продажи продукции «по отгрузке» пока не получил широкого распространения в нашей стране (кроме строительной промышленности), хотя повсеместно используется в международной практике. Основными причинами этого факта являются неплатежеспособность многих организаций, по существу отсутствие вексельного обращения и страховых гарантий оплаты, несовершенство форм расчетов и банковского обслуживания

и др. В перспективе эти недостатки будут устранены и второй метод учета реализации продукции найдет широкое применение.

Учет наличия и движения готовой продукции осуществляют на активном счете 43 «Готовая продукция». Этот счет используется организациями отраслей материального производства. Готовые изделия, приобретенные для комплектации или в качестве товаров для продажи, учитывают на счете 41 «Товары». Стоимость выполненных работ и оказанных услуг на сторону также не отражают на счете 43 «Готовая продукция». Фактические затраты по ним списываются со счетов затрат на производство в дебет счета 90 «Продажи». Продукция, не подлежащая сдаче на месте и не оформленная актом приемки, остается в составе незавершенного производства и на счете 43 «Готовая продукция» не учитывается.

Отгруженную или сданную на месте готовую продукцию в зависимости от условий поставки, оговоренных в договоре на поставку продукции, списывают по учетным ценам с кредита счета 43 «Готовая продукция» в дебет счетов 45 «Товары отгруженные» или 90 «Продажи». По окончании месяца определяют отклонение фактической себестоимости отгруженной продукции от стоимости ее по учетным ценам и списывают с кредита счета 43 дополнительной проводкой или способом «красное сторно» в дебет счетов 45 или 90.

Готовую продукцию, переданную другим организациям для реализации на комиссионных началах, списывают с кредита счета 43 в дебет счета 45 «Товары отгруженные».

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

при определении выручки по отгрузке, а № 16а используют при определении выручки по отгрузке, а № 16а – при определении выручки по оплате.

При предоплате сумму поступивших платежей отражают в бухгалтерском учете до момента отгрузки продукции как кредиторскую задолженность и оформляют следующей бухгалтерской записью:

Дебет счета 51 «Расчетные счета»;

Кредит счета 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками».

Приотгрузки продукции она считается проданной и списывается в дебет счета 62 с кредита счета 90»Продажи».

Если предварительная оплата выступает в форме авансового платежа и непосредственно не связана с конкретным счетом — фактурой, то поступившие платежи отражают по кредиту счета 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками».

Покупатель может отказаться от оплаты отгруженной в его адрес продукции, если груз послан ошибочно, с нарушением сроков поставки, низкого качества продукции и по другим причинам. В этом случае в бухгалтерии поставщика составляют обратные записи по отгрузке продукции:

Дебет счета 43 «Готовая продукция»;

Кредит счета 90 «Продажи»;

Дебет счета 90 «Продажи»;

Кредит счета 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками».

Как уже отмечалось, при любом методе учета продажи продукции предприятия уплачивают НДС и акцизы.

Объектами налогообложения по НДС являются обороты по продаже товаров, выполненных работ и услуг, и товары, ввозимые на территорию Российской Федерации.

Аналитический учет по счету 44 ведут в ведомости учета общехозяйственных расходов, расходов будущих периодов и расходов на продажу по указанным ранее статьям расходов.

По истечении каждого месяца расходы на продажу списывают на себестоимость проданной продукции. На отдельные виды продукции они относятся прямым путем, а при невозможности распределяются пропорционально их производственной себестоимости, объему проданной продукции по оптовым ценам организации или другим способом.

Списание расходов на продажу оформляют следующей бухгалтерской записью:

Дебет счета 90 «Продажи»[2]

Кредит счета 44 «Расходы на продажу».

Если в отчетном месяце продается только часть выпущенной продукции, то сумму расходов по продаже распределяют между проданной и непроданной продукцией пропорционально их производственной себестоимости или другим способом.

При использовании в учете оптовых цен, плановой себестоимости и рыночных цен необходимо по окончании месяца исчислять отклонение фактической производственной себестоимости продукции от стоимости ее по учетным ценам для распределения этого отклонения на отгруженную (проданную) продукцию и остатки ее на складах.

Организации торговли на счете 41 учитывают помимо товаров покупную тару и тару собственного производства (кроме инвентарной тары, служащей для производственных или хозяйственных нужд и учитываемой на счетах 01 «Основные средства» или 10 «Материалы»).

К счету 41 «Товары» могут быть открыты субсчета:

41 — 1 «Товары на складах»;

41 — 2 «Товары в розничной торговле;

41 — 3 «Тара под товаром и порожняя»;

41 — 4 «Покупные изделия» и др.

[2] Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие / А.И. Алексеева, Ю.В. Васильев, А.В. Малеева, Л.И. Ушвицкий. - М.: Финансы и статистика, 2016. – 672с.

Для обобщения информации о доходах и расходах, связанных с продажей и выявления финансового результата применяется счет 90 «Продажи». По дебету этого счета отражаются расходы, связанные с продажей продукции. По кредиту – доходы от продажи продукции.

К счету 90 «Продажи» открываются следующие субсчета:

90-1 «Выручка»;

90-2 «Себестоимость продаж»;

90-3 «Налог на добавленную стоимость»;

90-4 «Акцизы»;

90-9 «Прибыль/убыток от продаж».

Записи по субсчетам производятся накопительно в течение года. Ежемесячно на основании записей по субсчетам определяется финансовый результат от продажи продукции за отчетный месяц следующим образом:

Оборот Ксч.90-1 – Оборот Дсч.90-2,3,4 = = (+)прибыль/(–)убыток.

Полученный результат ежемесячно отражается на субсчете 90-9 записью:

– Дт сч.90-9 «Прибыль от продаж» Ктсч. 99 «Прибыли и убытки» (прибыль);

– Дт сч.99 «Прибыли и убытки» Ктсч. 90-9 «Убыток от продаж» (убыток).

После этих записей синтетический счет 90 «Продажи» на конец отчетного периода (месяца) сальдо не имеет, в то время как все его субсчета имеют конечное сальдо. Закрытие субсчетов производится внутренними записями в конце года при реформации баланса.

В бухгалтерском учете продажа продукции отражается по-разному в зависимости от признания или непризнания выручки от продажи.

В соответствии с ПБУ 9/99 «Доходы организации» выручка как доход от продажи признается в бухгалтерском учете при выполнении следующих условий:

– существует право на получение выручки, подтвержденное договором или иным документом;

– сумма выручки может быть определена;

– имеется уверенность, что в результате конкретной операции произойдет увеличение экономических выгод организации;

– право собственности на продукцию перешло к покупателю или работа принята заказчиком;

– расходы, связанные с получением дохода, могут быть определены.

При признании выручки в бухгалтерском учете отгруженная покупателю продукция считается проданной, и в учете на счете 90 «Продажи» отражаются доход от продажи (выручка), расходы, связанные с продажей (себестоимость продукции, расходы на продажу, НДС) и выявляется финансовый результат от продажи.

Для определения реализованной торговой наценки необходима информация о величине выручки в разрезе наименований товаров, так как по разным товарам устанавливаются, как правило, разный процент наценки. Поскольку такая информация отсутствует, то сумма реализованной торговой наценки определяется по окончании месяца расчетным путем. Существуют несколько способов такого расчета, из которых в абсолютном большинстве случаев применяется «средний процент». При этом способе реализованная торговая наценка (РТН) рассчитывается по формуле:

РТН = ВП, где

В – стоимость проданных товаров по продажным ценам;

П – средний процент торговой наценки.

Показатель В определяется как дебетовый оборот субсчета 90 – 2 за месяц.

Показатель П рассчитывается по формуле П = ((ТН1 + ТН2 – ТН3) / (В + ОК)) *100,

где ТН1 – торговая наценка на остаток товаров на начало месяца (сальдо счета 42 на начало месяца);

ТН2 – торговая наценка на поступившие за месяц товары (кредитовый оборот счета 42 за месяц);

ТН3 – торговая наценка на выбывшие за месяц товары, кроме проданных (дебетовый оборот счета 42 за месяц);

ОК – остаток товаров на конец месяца (сальдо счета 41 – 2 на конец месяца).

Таким образом, учет и анализ продажи продукции формирует систему оперативного контроля и управления и представляет собой организацию непрерывной деятельности работников отдела материально-технического снабжения на предприятии, направленную на формирование производственных запасов в экономически обоснованных размерах и обеспечение устойчивого объема и ассортимента материалов в течение планируемого периода для осуществления бесперебойной работы предприятия.

На величину затрат, прибыли и рентабельность влияют такие показатели как темп роста объема производства и реализации товара, повышение качества товара. Деятельность предприятий должна иметь направленность на производство и реализацию максимального количества товара высокого качества при минимальных издержках. Именно поэтому важное значение имеет анализ и учет продажи продукции.

Библиографический список

1. Налоговый кодекс Российской Федерации: части первая и вторая. М.: Эксмо, 2014. – 800с.

2. Бальжинов А.В., Михеева Е.В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Учебное пособие. Улан-Удэ, 2013.

3. Ковалев В.В., О.Н. Волкова. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. Учебник. – М.: ООО «ТК Велби», 2016. – 424 с.

4. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие / А.И. Алексеева, Ю.В. Васильев, А.В. Малеева, Л.И. Ушвицкий. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 672с.

5. Пястолов С.М. Экономический анализ деятельности предприятий: учеб.пособие для вузов / С.М. Пястолов. – М.: Академический Проект, 2015. – 572 с.

6. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: 4-е изд., перераб. и доп. – Минск: ООО «Новое знание», 2015. – 688 с

7. Фролова Т.А. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2016

8. Чуев И.Н., Чуева Л.Н. Комплексный экономический 485 анализ хозяйственной деятельности: Учебник для вузов. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 368 с.

9. Шуляк П.Н. Финансы предприятия: Учебник. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016.

10. Бухгалтерский учет / Под ред. П.С. Безруких, В.Б. Ивашкевич, Н.П. Кондраков и др. – М., 2015. – 576 с.

References

1. Tax code gives the pace of the Russian Federation pace: the first part of the year forms and the second. M.: Eksmo, 2014. – 800s.

2. Balzhinov be A.V., Mikheeva all E.V Analysis of accounting and diagnosis if the financial and economic price of an enterprise or business. Educational give a benefit. Ulan-Ude, 2013.

3. Kovalev account V.V., O.N. Volkova. Analysis of the price of the economic activity date of this enterprise. Textbook. – M .: OOO «TK Velby», 2016. – 424 p.

4. Comprehensive tare economic date analysis of the forms of economic activity: this textbook / A.I. Alekseeva, Y.V. Vasiliev, A.V. Maleeva, L.I. Ushvitsky. – M : Finances to be and statistics, 2016. – 672c.

5. Pyastol account S.M. The economic analysis of this activity is the packaging of enterprises: a training course for the universities of the two / S.M.Piastolov. – Moscow: Academic Container Project, 2015. – 572 p.

6. Savitsky forms of G.V. Analysis of the economic account of the activities of the needs of the enterprise: 4 th ed., Pererab. and additional – Minsk: LLC «New pace of knowledge», 2015. – 688 s.

7. Frolov accounting T.A. The analysis of the year and the diagnosis of all financial and economic activities of the enterprise day. Taganrog: Publishing House of TRTU, 2016.

8. Chuyev I.N., Chueva L.N. Complex day of economic forms 485 analysis of types of economic activity account: a textbook for universities. – M.: Publishing and trading forms corporation account «Dashkov be and Co.», 2016. – 368 p.

9. Shulyak of the year PN Finance price of the enterprise: Textbook. – 6 th ed., Pererab. and additional. – M.: Publishing and Trading of two corporations of the forms «Dashkov Accounting and Co.», 2016.

10. Accounting give an account / Ed. P.S. Bezruky, V.B. Ivashkevich, N.P. Kondrakov accounting, etc. – M., 2015. – 576 p.