

УДК 657.6

## КОНТРОЛЬ И РЕВИЗИЯ ПРОДАЖ

*Сергиенко А.В., студент 5 курса экономического факультета  
Научный руководитель – Свешникова И.В., к.э.н., доцент  
ФГБОУ ВО Ульяновский ГАУ*

**Ключевые слова:** *продажи, ревизия, эффективный контроль.*

*Как и все участки деятельности субъекта, продажи должно подвергаться контролю для того, чтобы вовремя выявить отклонения установить факторы, влияющие на появление отклонений, и лиц, отвечающих за данный участок работы.*

При контроле и ревизии продаж необходимо учесть:

- 1) стратегию развития предприятия;
- 2) максимум в объеме продаж с учетом цен, тенденций и состояния рынка, оценки ресурсов и нереализованных возможностей предприятия;
- 3) оптимальный объем выпускаемой продукции в целях получения максимальной прибыли;
- 4) взаимную увязку планов продаж и планов производства;
- 5) увязку планов продаж с графиком выпуска продукции (по срокам и ассортименту);
- 6) увязку планов продаж и планов финансовых показателей. Необходимо проконтролировать планы продаж в соответствии с взаимным влиянием (дополнением, замещением) видов продукции и объемов реализации.

Необходимо проверить порядок и приемы внесения изменений в планы продаж, систему показателей, на основании которых строятся планы, возможность изменения планов (гибкость плановой системы) [1].

Контроль и ревизия продаж должен быть комплексным, т. е. планы продаж должны сопоставляться с финансовыми, кадровыми возможностями, запасами ресурсов, мощностей производства, складскими возможностями, размещением организации по отношению к сбытовым рынкам, рынкам закупки сырья и материалов, условиями продажи. Все это даст возможность составить реальный план продаж с учетом условий, возможностей и стремлений предприятия [2].

Эффективный контроль при планировании продаж возможен, если контролирующий будет владеть системой знаний, которая указана на рисунке 1.



**Рисунок 2 - Система знаний при контроле продаж**

Такие знания позволят разрабатывать и контролировать планы продаж, учитывая текущую ситуацию на рынке, оперативно изменять планы, гибко реагировать на все изменения рынка [3].

Контроль выполнения планов продаж продукции состоит в проверке:

- 1) правильности планирования реализации продукции, правильности распределения заданий по отчетным периодам;
- 2) соответствия между текущими и перспективными планами;
- 3) фактов нарушений планов, а также порядка и сроков изменения уже утвержденных планов; а также того, вносились ли в этих случаях изменения в соответствующие плановые показатели;
- 4) выполнения планов важнейших, приоритетных видов реализуемой продукции;
- 5) проверки причин отклонений факта от плана;
- 6) выполнения планов в целом и в разрезе производственных единиц;
- 7) соответствия отчетных данных о проданной продукции данным учета, первичным документам, нет ли фактов включения в эти данные продукции, не реализованной в данном отчетном периоде, нет ли фактов искажений и приписок в отчетности;
- 8) выполнения заданий и обязательств по сбыту продукции соответствующего количества, качества в сроки, установленные договором;

9) документов оперативного учета выполнения планов сбыта;  
10) соблюдение порядка поощрения руководящих инженерно-технических работников и служащих с учетом выполнения планов по сбыту продукции;

11) потерь в виде штрафных санкций, пеней, неустоек, связанных с невыполнением планов сбыта продукции или нарушением сроков, количества, качества, ассортимента продукции в соответствии с договорной документацией;

12) правильности применения цен на продукцию;

13) качества реализуемой продукции;

14) выполнения плана сбыта по удельному весу продукции высокого качества в общем объеме продаж;

15) причин сбыта продукции низкого качества;

16) причин сбоев и неритмичной работы в сфере сбыта продукции;

17) ежедневных рапортов об отгрузках, установление причин отклонений от плановых заданий, выявление виновных лиц, оценка принятых мер по устранению нарушений и контроль рапортов по неустраанным отклонениям;

18) внутренних нормативных актов, регламентирующих деятельность отдела сбыта – это положение по отделу сбыта, инструкции, должностные обязанности специалистов отдела сбыта и другие локальные документы, позволяющие отследить функциональные связи и организацию сбытовой деятельности субъекта проверки;

19) целесообразности принятых решений в сфере ценообразования, сбытовых стратегий;

20) товародвижения.

Процедуры оперативного контроля над ходом выполнения планов сбыта (планов продаж, отгрузок) в организации рекомендуется осуществлять в следующем порядке [4]:

1) начальник экономического бюро отдела сбыта осуществляет первичный контроль над ходом выполнения планов сбыта на основе ежедневных рапортов об отгрузках, по расчетам за продукцию, подготавливает и ежедневно передает заместителю начальника отдела сбыта по управлению сбытом отчеты о выполнении планов продаж за день и с начала отчетного периода, а также ежедневные отчеты о выполнении оперативно-календарных планов отгрузок;

2) договорно-правовое бюро, получив оперативную информацию о расчетах по заключенным договорам из финансового отдела или из бухгалтерии, информирует о факте продажи экономическое бюро;

3) заместитель начальника отдела сбыта по управлению сбытом анализирует полученные отчеты; устанавливает причины отклонений; выявляет виновников; принимает меры в пределах своей компетенции и ежедневно по установленному порядку передает сведения о ходе выполнения планов сбыта начальнику отдела сбыта.

Получив данные о ходе выполнения планов сбыта, начальник отдела сбыта анализирует выявленные заместителем причины отклонений, оценивает принятые в пределах компетенции последнего меры и устраняет недочеты в пределах своей компетенции [5].

*Библиографический список:*

1. Фридман, П. Аудит. Контроль затрат и финансовых результатов при анализе качества продукции / П. Фридман. - М.: Аудит, **2016**. - 286 с.
2. Федотова, Е. С. Контроль и ревизия / Е.С. Федотова. - М., **2016**. - 144 с.
3. Проданова, Н. А. Контроль и ревизия: конспект лекций / Н.А. Проданова, Е.И. Зацаринная. - М.: Феникс, **2013**. - 320 с.
4. Бобошко, В. И. Контроль и ревизия / В.И. Бобошко. - М.: Юнити-Дана, 2014. - 312 с.
5. Свешникова, И.В. Контроль и анализ деятельности предприятия в современных условиях /И.В. Свешникова, Л.Т. Татарова // Аграрная наука и образование на современном этапе развития: опыт, проблемы и пути их решения. Материалы VIII Международной научно-практической конференции. – Ульяновск: УГСХА, 2017. – Часть II . - С. 160-165.

## **CONTROL AND REVISION OF SALES**

***Sergienko A.V.***

**Keywords:** *sales, revision, effective control.*

*As well as all areas of activity of subject, sales must be exposed to control in an order in time to educe rejections to set factors influencing on appearance of rejections, and persons responsible for this area of work.*