

УДК 657.471

***АНАЛИЗ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ И ЕЕ ПРОДАЖИ НА ПРИМЕРЕ ООО
«ЛВЗ «САРАНСКИЙ»***

Ерофеева С.С.

Студент,

*Национальный Исследовательский Мордовский Государственный Университет
им. Н.П. Огарева,*

г. Саранск, Россия

Аннотация

Актуальность и значимость рассмотрения проблемы анализа готовой продукции заключается в том, что естественным продуктом деятельности любого производственного предприятия является готовая продукция (выполнение работ или предоставление услуг), которая оказывает прямое влияние на финансовое положение фирмы, т.к. верно учтенные объемы реализованной продукции, своевременный и достоверный учет отгрузки и оплаты продукции – это залог правильно сформированной выручки, а значит правильно рассчитанных налогов.

Ключевые слова: готовая продукция, анализ готовой продукции, продажи, анализ приоритетов продукции.

***ANALYSIS OF FINISHED PRODUCTS AND SALE ON THE EXAMPLE AT
ООО “DISTILLERY “SARANSK”***

Erofeeva S.S.

Student,

National Research Mordovia State University. N.P. Ogarev,

Saransk, Russia

Abstract

Relevance and value of the consideration of the problem of analysis of the finished product is a natural product that the activity of any manufacturing facility is finished goods (works and services), which has a direct impact on the company's financial position, since faithfully recorded the volume of sales, timely and reliable accounting of Product shipment and payment - is the key to well-formed proceeds, and therefore correctly calculated tax.

Keywords: finished products, finished product analysis, sales analysis product priorities.

Отгрузка продукции в порядке реализации производится в соответствии с заключенными договорами, где указывают наименование продукции, количество, ассортимент, реквизиты поставщика и покупателя, гарантии использования договорных обязательств, сроки поставки и порядок расчета. Данные платежных документов ежедневно в бухгалтерии записывают в ведомость № 16 во второй раздел – «Отгрузка, отпуск и реализация продукции». Готовая продукция здесь отражается по отпускным ценам и по фактической себестоимости. Здесь учитывается общее количество продукции, оставшееся на начало и конец месяца неоплаченной продукции, отгруженной в текущем месяце и реализованной (оплаченной). Из этого раздела можно получить данные:

- количество изделий, отпущенных со склада по ассортименту и в стоимостном выражении;
- сумму транспортных расходов, сумму НДС;
- сумму, причитающуюся по платежным документам, и др.

Согласно нормативным документам, продукция считается реализованной с момента ее отгрузки покупателям и предъявления им расчетных документов. Целью отражения хозяйственных операций по продаже на счетах бухгалтерского учета является выявление финансового результата от реализации продукции. Расчет финансового результата производится ежемесячно на основании документов, подтверждающих продажу продукции.

В процессе реализации продукции предприятие производит расходы по ее сбыту и доведению до потребителей. Эти расходы – оплачиваемые поставщиком, относят к расходам на продажу – они включают:

- расходы на тару и упаковку изделий на складах готовой продукции, расходы на транспортировку (т. е. доставку на станцию отправления, погрузку в вагоны);

- комиссионные сборы и прочее.

Эти расходы вместе с производственной себестоимостью образуют полную себестоимость продукции. Учет таких расходов ведется на счете 44 «Расходы на продажу».

Таблица 1 – Анализ динамики объема товарной и реализованной продукции ООО «ЛВЗ «Саранский», 2015 год

Показатель	Информационная база	Фактически, тыс.р.		Абсолютный прирост за год, тыс. р.	Динамика изменений, %
		Прошлый год	Отчетный год		
Объем товарной продукции:	Статистическая отчетность				
в действующих ценах		1202998	1334622	131624	110,94
в сопоставимых ценах		1178938	1307929,6	128991,52	110,94
Объем проданной продукции					
в действующих ценах		1058638	1174467,4	115829,12	110,94
в сопоставимых ценах		1037465	1150978	113512,538	110,94

Данные таблицы 1 свидетельствуют о том, что в отчетном году в ООО «ЛВЗ «Саранский» объем товарной продукции увеличился на 131624 тыс. р. при этом объем проданной продукции увеличился на 115829 тыс. р.

Таблица 2 – Анализ динамики объема продукции ООО «ЛВЗ «Саранский»

Показатель	Информационная база	Период, гг.		
		2013 год	2014 год	2015 год
Фактический объем, тыс. р.	Отчетность	1687793	1202998	1334622
Темп роста объема, %		112,4	71,2	110,9

Годовой абсолютный прирост, тыс. р.		189707	-484795	131624
-------------------------------------	--	--------	---------	--------

Данные таблицы 2 показывают, что в ООО «ЛВЗ «Саранский» в 2014 году по сравнению с 2013 годом наблюдается снижение объема товарной продукции на 484795 тыс. р. или на 28,8%. В 2015 году происходит увеличение объема товарной продукции на 131624 тыс. р. или на 110,9%.

Таблица 3 – Анализ приоритетов по продукции

Год	Выпуск	Ассортимент			
		Алкогольная продукция	Слабоалкогольная продукция	Безалкогольная продукция	Итого
Прош- лый	Объем выпуска тыс. р.	893827	203306,6	105863,4	1202998
	Удельный вес, %	74,3	16,9	8,8	100
Отчет- ный	Объем выпуска тыс. р.	1000966,5	200193,3	133462,2	1334622
	Удельный вес, %	75,0	15,0	10,0	100

Данные таблицы 3 показывают, что на протяжении всего периода приоритетной для ООО «ЛВЗ «Саранский» является алкогольная продукция, так ее доля в объеме продаж отчетного года составила 75%. Также существенную долю составляют продажи слабоалкогольной продукции – 15,0% в отчетном году.

Таблица 4 – Анализ приоритетов по рынкам

Потребитель (рынок)	Информационная база	Доля в обороте	
		Сумма, тыс. р.	%
Республика Мордовия	Отчетность	1041005	78
Приволжский ФО		213539	16
Россия		80077	6
Итого		1334622	100

Из таблицы 4 видно, что приоритетным рынком для ООО «ЛВЗ «Саранский» является рынок Республики Мордовия, где реализуется 78% всей продукции предприятия. Также значительная часть продукции реализуется в Приволжском ФО – 16%.

Таблица 5 – Анализ приоритетов по потребителям

Группа потребителей	Информационная база	Уд. вес, %	Достигнутый оборот	
			Сумма, тыс. р.	%
Сеть фирменных магазинов		30	400386	33,2

Крупные торговые сети		65	867504	63,2
Рестораны и бары		5	66731	3,6

Из таблицы 5 видно, что приоритетными потребителями ООО «ЛВЗ «Саранский» являются крупные торговые сети 63,2% , сеть фирменных магазинов – 30%, рестораны и бары – 5%.

Таблица 6 – Анализ конкурентоспособности продукции

Показатель	Информационная база	Всего произведено	Соответствует стандартам	Продукция экспорта	Продукция с рекламацией	
						Пршлый год
Произведено продукции, тыс. р.		1407795	1365561	422338	16893,5	
То же, %		100	97	30	1,2	
		Отчетный год				
Произведено продукции, тыс. р.		1464185	1405617	336762	19034,4	
То же, %		100	96	23	1,3	

Из таблицы 6 видно, что в отчетном году в ООО «ЛВЗ «Саранский» доля продукции соответствующей стандартам составила 96%, что характеризует высокий уровень качества выпускаемой продукции. Следует отметить, что в отчетном году доля экспортной продукции снизилась относительно прошлого года на 7% и составила 23%. В целом можно сказать о высокой конкурентоспособности продукции ООО «ЛВЗ «Саранский».

Таблица 7 – Анализ товарного ассортимента

Ассортиментная позиция	Информационная база	По плану	Фактически произведено	Засчитывается в счет плана	Отклонение от плана, тыс. р.	Выполнение плана, %
Алкогольная продукция	Отчетность	1071034,2	1000966,5	1000966,5	-70067,7	93,5
Слабоалкогольная продукция		206199,1	200193,3	200193,3	-6005,8	97,1
Безалкогольная продукция		118781,4	133462,2	118781,4	14680,8	112,4
Итого		1396014,6	1334622,0	1319941,2	-61392,6	95,6

Из таблицы 7 видно, что план по выпуску алкогольной продукции в ООО «ЛВЗ «Саранский» составил всего 93,5% от запланированного объема. План по слабоалкогольной продукции выполнен всего на 97,1%. Безалкогольной

продукции на предприятии произведено на 112,4% больше запланированного объема. В целом на предприятии план объема производства выполнен всего на 95,6%.

Обобщая проведенный анализ важно отметить, что всего доходов предприятия в отчетном периоде было на сумму 1384299 тыс. р., что больше предыдущего периода на 143059 тыс. р. При этом, следует уделить внимание тому, что большая часть доходов предприятия образована за счет выручки от продаж продукции. В отчетном году доля выручки в структуре всех доходов составила 96,4%. Финансовые результаты предприятия были положительными, т.е. деятельность предприятия прибыльна. Так, в отчетном 2015 году чистая прибыль ООО «ЛВЗ «Саранский» составила 12214 тыс. р., т.е. на 2132 тыс. р. или на 121,1% больше предыдущего года.

Сегодня ООО «ЛВЗ «Саранский» – это стабильное, динамично развивающееся предприятие, оснащенное самым современным технологическим оборудованием. Из года в год расширяется и модернизируется производство. Применяются классические технологии, ведется тщательный контроль за качеством сырья и продукции в ходе всего технологического процесса, все это обеспечило изделиям высокое качество и широкую популярность не только в Мордовии, но и за ее пределами. Поставка продукции осуществляется более чем в 60 регионов России, а также за ее пределы.

Библиографический список

1 Барнгольц С. Б. Методология экономического анализа деятельности хозяйствующего субъекта / С. Б. Барнгольц, М.В. Мельник. – М.: «Финансы и статистика», 2014. – С. 240.

2 Вавилов Н. Успехи и трудности повышения эффективности производства / Н. Вавилов // Экономист. – 2015. – № 1. – С. 66 – 75.

3 Методология группировки активов и пассивов на этапе анализа ликвидности бухгалтерского баланса / В. П. Шегурова, А. Е. Кечкова // Экономика и социум. – 2015. – №1-4 (14). – С. 1284-1289.