

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Южно-Уральский государственный университет  
(национальный исследовательский университет)»  
Высшая школа экономики и управления  
Кафедра бухгалтерского учета, анализа и аудита

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой

И.И. Просвирина

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2020 г.

АНАЛИЗ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ И УСЛУГ (ПО МАТЕРИАЛАМ АО  
САНАТОРИЙ «ЯНГАН-ТАУ»)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА К ВЫПУСКНОЙ  
КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ  
ЮУрГУ–38.03.01.2020.038.ВКР

Руководитель ВКР, кандидат  
экономических наук, доцент

М.Ю. Гвоздев

08.06 2020 г.

Автор ВКР, студент группы ЭУ-527

И. Р. Яглямунова

01.06. 2020 г.

Нормоконтролер, старший преподаватель

М.И. Лаврова

13.06. 2020 г.

Челябинск 2020

## РЕФЕРАТ

Яглямунова, И. Р. Анализ реализации продукции и услуг (по материалам АО Санаторий «Янган-Тау»). – Челябинск: ЮУрГУ, ЭУ-527, 2020. – стр.70, табл.20, 5 рис., 10 форм., 3 прил., библиографический список - 64 наим.

Объект работы – финансово-хозяйственная деятельность АО Санаторий «Янган-Тау».

Предмет работы – реализация продукции и услуг по материалам АО Санаторий «Янган-Тау».

Целью дипломной работы является разработка рекомендаций по обеспечению роста реализации продукции и услуг в АО Санаторий «Янган-Тау».

В работе проанализировано анализ ассортимента и структуры, факторный анализ продаж продукции и услуг.

Разработаны рекомендации по результатам проведенной работы. Предложены эффективные меры по увеличению объема производства продукции и услуг в АО Санаторий «Янган-Тау». Путем внедрения нового мясоперерабатывающего оборудования «CONTI TK70», с помощью замены поставщиков мясных продуктов и улучшения работы отдела маркетинга. Практическая значимость работы заключается в том, что разработанные рекомендации сможем увеличить объем реализации продукции, увеличить прибыль предприятия, облегчит условия труда и повышает культуру производства.

Предложения и выводы могут быть использованы в АО Санаторий «Янган-Тау» для увеличения реализации продукции и услуг.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
1 МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ АНАЛИЗА РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ И УСЛУГ.....	6
1.1 Нормативно-правовые аспекты учета продаж продукции и реализации услуг.....	6
1.2 Методика проведения анализа продаж продукции и реализации услуг.....	11
1.3 Организационно-экономическая характеристика АО Санаторий «Янган Тау».....	22
Вывод по разделу один.....	37
2 МЕРОПРИЯТИЯ ПО УВЕЛИЧЕНИЮ УРОВНЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ И УСЛУГ НА ПРИМЕРЕ АО Санаторий «Янган Тау».....	38
2.1 Анализ ассортимента и структуры продаж продукции и услуг.....	38
2.2 Факторный анализ продаж продукции и услуг.....	51
2.3 Разработка рекомендаций по увеличению объема реализации продукции и услуг в АО Санаторий «Янган-Тау».....	54
Вывод по разделу два.....	59
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	60
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	62
ПРИЛОЖЕНИЯ	
ПРИЛОЖЕНИЕ А Формы № 1 «Бухгалтерский баланс» .....	68
ПРИЛОЖЕНИЕ Б Формы № 2 «Отчет о финансовых результатах».....	69
ПРИЛОЖЕНИЕ В Организационная структура АО Санаторий «Янган-Тау»....	70

## ВВЕДЕНИЕ

Объем производства и продажи продукции является важным показателем любой предпринимательской деятельности. В условиях ограниченных производственных возможностей и относительно неограниченном спросе на первое место выдвигается объем производства продукции. Но по мере насыщения рынка и усиления конкуренции не производство определяет объем продаж, а наоборот, возможный объем продаж является основой разработки производственной программы.

Организация обязана произвести только те продукции, и в таком количестве, которые сможет продать.

Огромное значение имеет анализ ассортимента и качества продукции. Особую важность эта линия приобрела в наше время, когда к продукции потребители предъявляют высокие запросы по качеству и ассортименту. От эффективности работы предприятия с производимой продукцией зависят все экономические показатели организации и занимаемая ей рыночная доля.

Актуальность данной темы бесспорно велика в современных условиях развивающихся рыночных отношений. Ни один хозяйствующий субъект не сможет нормально функционировать, не располагая необходимой информацией, касающейся затрат и расходов, связанных с производством и реализацией продукции и услуг.

Целью дипломной работы является разработка рекомендаций по обеспечению роста реализации продукции и услуг в АО Санаторий «Янган-Тау».

Объект работы финансово-хозяйственная деятельность АО Санаторий «Янган-Тау».

Предмет работы – реализация продукции и услуг в АО Санаторий «Янган-Тау».

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- определить методические аспекты анализа реализации продукции и услуг;
- провести анализ реализации продукции и услуг в АО Санаторий «Янган-Тау»;

– разработать рекомендации по увеличению уровня объема реализации продукции и услуг в АО Санаторий «Янган Тау».

В качестве источников информации при выполнении работы рассматривалась учебная литература (учебники и учебные пособия, справочная и энциклопедическая литература) и научные публикации в периодических журналах по анализу производства и реализации продукции на организации.

# 1 МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ АНАЛИЗА РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ И УСЛУГ

## 1.1 Нормативно-правовые аспекты учета продаж продукции и реализации услуг

Ведение бухгалтерского учета реализаций товаров, продукции происходит в соответствии с нормативными документами, которые занимают разное положение. Одни из них обязательны к применению, другие носят рекомендательный характер.

В зависимости от цели и статуса нормативные документы делятся на несколько уровней.

Основным актом первого уровня является Федеральный закон "О бухгалтерском учете" от 21 ноября 1996 года № 129-FZ (с изменениями от 3 ноября 2006 года), устанавливающий единые правовые и методические основы организации и ведения бухгалтерского учета в Российской Федерации. Этот закон определяет правовые основы бухгалтерского учета, его содержание, принципы, организацию, основные сферы бухгалтерского учета и отчетности, состав субъектов предпринимательской деятельности, которые обязаны вести учет и предоставлять финансовую отчетность. [2]

Основными целями Федерального закона "Об учете" являются: обеспечение единого учета имущества, обязательств и хозяйственных операций, осуществляемых организациями; Составление и представление сопоставимой и достоверной информации об имуществе организаций и их доходах, а также расходах, необходимых для пользователей финансовой отчетности.

Пункт 4 статьи 23 Федерального закона: "Пояснительная записка к годовой финансовой отчетности должна содержать существенную информацию об организации, ее финансовом положении, сопоставимости данных за отчетный и предыдущий годы, методах оценки и материальных статьях финансовой отчетности [2].

В пояснительной записке к финансовой отчетности организация объявляет об изменениях в своей учетной политике на следующий отчетный год.

Гражданский Кодекс РФ, который объясняет суждения, как сделка, договор купли-продажи, биржевой договор, ответственность и права сторон сделки и др.

В частности, при определении момента признания выручки от реализации продукции в ходе сделок по биржевым договорам, организация руководствуется статьей 570 Гражданского кодекса Российской Федерации, согласно которому "право владения на заменимую продукцию переходит к лицу являющимся как потребитель обмена, в то же время после выполнения обязательств по обмену этих продукций обеими сторонами, если иное не прописано законом или обменным соглашением."

В соответствии со ст. 224 ГК РФ передачей признается:

- сдача вещи покупщику - вещь считается доставленной покупщику с момента ее фактической передачи во владение приобретателю или указанному им лицу;
- доставка перевозчику для отправки покупщику. [1]

Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть 2. Федеральный закон от 05.08.2000 № 117-FZ (с изменениями, внесенными Федеральным законом от 29 декабря 2000 года № 166-FZ)

Во второй уровень входят стандарты учета и отчетности:

Положение о бухгалтерском учете и финансовой отчетности в Российской Федерации. Утверждён приказом Минфина РФ от 29 июля 1998 года № 34н (с изменениями 26 марта 2007 года). Данное Положение об учете и финансовой отчетности в РФ разработано на основании Федерального закона "Об учете".

Положение рассматривает порядок организации и введение учета, образование и финансовой отчетности непосредственно юридическим лицам по законопроекту РФ, не смотря на их правовые формы, в том числе взаимосвязь организации с потребителем.

Положение по бухгалтерскому учету «Доходы организации». ПБУ 9/99. Утверждено приказом Минфина РФ от 06.05.99 г. № 32н (с изменениями на

27.11.2006 г.). Положение принимает правило развитие в бухгалтерском учете информационный материал о прибыли промышленных предприятий (за исключением страховых и кредитных предприятий), которые являются юридическими лицами по законодательству России, некоммерческое предприятие (за исключением бюджетных организаций), принимают прибыль от промышленной или иной деятельности.

По положению доходами предприятия является увеличение экономической прибыли в результате зачисления активов (дохода, других имущества) и, или, возмещения обязательств, которые приводят к повышению дохода этого предприятия, кроме тех депозитов участников (владельца имущества).

Не являются прибылью предприятия начисления от других юридических и физических лиц: сумм налога на добавленную стоимость, акцизов, налога с продаж, экспортных пошлин и иных аналогичных обязательных платежей; по договорам комиссии, агентским и иным аналогичным договорам в пользу комитента, принципала и т.п.; в порядке предварительной оплаты продукции, товаров, работ, услуг; авансов в счет оплаты продукции, товаров, работ, услуг; задатка; в залог, если договором предусмотрена передача заложенного имущества залогодержателю; в погашение кредита, займа, предоставленного заемщику.

Выручка организации разделяются на прибыль от обыкновенных типов работы и прочий прибыли, в зависимости от типа, в условиях приема и направлений работы организации. [5]

Положение по бухгалтерскому учету «Учет материально-производственных запасов». ПБУ 5/01. Утверждено приказом Минфина РФ от 09.06.01 № 44н (изм. На 26.03.2007 г). Положение о правилах формирования в бухгалтерском учете информации о материально-производственных запасах организации.

Согласно положению, к инвентарю включаются следующие группы:

– применяются в виде сырья, материалов и т. п. При создании продукции, приготовленный для продажи;



- предназначенные для продажи;
- осуществляется для контролирования потребностями организаций.

Сырье являются одним из подразделений материально-производственных запасов, которые используются для продажи (итоговый результат производственного кругооборота, активы, укомплектованные обработкой, технические и качественные характеристики которые сочетается условиям контракта или требованиям других документов, в случаях, определенных законом).

Предприятие сама отбирает единицу учета запасов и таким образом, чтобы в будущем сделать возможным получение полной и достоверной информации об этих запасах, а также дальнейший контроль за их количеством и развитием.

Это положение не применяются на активы, и характеризуются как неоконченное производство. [4]

Бухгалтерское регулирование "Расходы организации". ПБУ 10/99. Утверждено приказом Министерства финансов Российской Федерации от 06.05.99 г. № 33н (дополнение от 27.11.2006 г.). данное положение указывает правила развития в бухгалтерском учете информации о затратах промышленных организаций (за исключением кредитных и страховых учреждений), которые так же представляются юридическими лицами по законодательству Российской Федерации, организации некоммерческие (кроме бюджетных организаций) считают затраты по промышленной и иной работы.

Расходы организации признаются как сокращение экономической выгоды в итоге исключения активов (денежных средств и имущества другого характера) и создания обязательств, что приводит к сокращению прибыли этого предприятия, кроме сокращения вкладов по согласованию участников (владельцы имущества).

указание активами не используется за счет расходов организации:

- связи с формированием необоротных активов (основных средств, незавершенного строительства, нематериальных активов и т. д.);

– вклады в уставный капитал других организаций, приобретение акций акционерных обществ и иных ценных бумаг, не предназначенных для перепродажи (продажи);

– по договорам члена комиссии, и других подобных договоров в пользу комитета, принципала и т.д.;

– в порядке предшествующей уплате материально-производственных ресурсов и других;

– в форме авансов перечислят на счет оплаты материально-производственных запасов и других ценностей, работ и услуг; в счет закрытия кредита, займа, полученного предприятием.

Прибыль предприятия в зависимости от типа, в ситуации приема и направлений работы организации разделяются на прибыль на прибыль от обыкновенных типов работы и прочая прибыль.

Согласно положению, различающиеся от обычных типов работы затраты, являются другими расходами.

В третий уровень входят:

План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организации и инструкция по его применению. Утверждено Приказом Министерства финансов Российской Федерации от 31.10.2000 № 94н (с изменениями от 18.09.2006). Настоящий план счетов и промышленности рассматриваются всеми предприятиями, являющимися юридическими лицами в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации (кроме банковских, страховых и бюджетных организаций).

Приказ Министерства финансов Российской Федерации от 22.07.2003 № 67н "О формах бухгалтерской отчетности организации". Этот приказ содержит образцы бланков, на основании которых организация самостоятельно разрабатывает формы бухгалтерской отчетности, соответствующие конкретно их сфере деятельности.

Имущество организации означает основные средства, нематериальные активы, финансовые вложения, производственные запасы, сырье, товары, другие запасы,

денежные средства и другие финансовые активы, а также финансовые обязательства - кредиторскую задолженность, кредиты банков, займы и резервы.

Инструкция по заполнению унифицированных форм федерального государственного статистического наблюдения № П-1 «Информация о производстве и отгрузке товаров и услуг», № П-2 «Информация об инвестициях», № № П-3 Информация о финансовом состоянии организация "№ П-4" Информация о численности, заработной плате и передвижении работников ". Утверждено Госкомитетом России от 17.11.97 г. № 76 (изд. 25.05. И 08.12.98).

Методические указание по формированию и применению свободных цен и тарифов на товары, товары и услуги. Утверждено Постановлением Министерства экономики Российской Федерации № СН-484 / 7-982 от 06.12.95.

Методические предложения по ценовой тенденции организации. Приказ Министерства экономики Российской Федерации от 01.10.97 № 118.

Методические руководство, а также торговли предъявлены для объяснения образцов бухгалтерского учета в следствии с отраслевыми, а также другими особенностями. Они сделаны Министерством финансов Российской Федерации и различными ведомствами.

В следствии чего, система контроля бухгалтерского учета направлена на предоставление учета и отчетности с такими же принципами.

Но несмотря на принятие Федерального закона «О бухгалтерском учете», а также ряда положений о бухгалтерском учете, критика системы регулирования бухгалтерского учета, также практика создание и применения нормативных документов, регулирующих предприятий бухгалтерского учета в России, продолжается.

## 1.2 Методика проведения анализа продаж продукции и реализации услуг

Продажа продукция – это стоимость отгруженной и оплаченной потребителям продукции.

Объем производства, и продажа продукции являются зависимы друг от друга. В ситуации недостаточных производственных возможностей и достаточном количестве спроса первенство достается объему производства продукции, так же он выявляет объем продаж. По мере наполнения рынка и повышения конкуренции не производство выявляет объем продаж, а напротив вероятный объем продаж оказывается самой важной создание производственного плана. Организация обязана производить те продукции и в таком количестве, которые сможет в дальнейшем продать.

Анализ объемов производства происходит в определенной области деловой динамичности, таким образом по мере  $\min$ - $\max$  показывающих релевантный ряд. Анализ можно осуществить не исключительно в условиях  $\min$ - $\max$ , но также в условиях одинаковых постоянных расходов.

Минимально дозволённый объем продаж - это количество, при котором доход и издержка получают равный показатель, в получившихся условиях производства, и так же оплата на продукцию.

Наименьшее количество производства осуществляет большее количество загрузок производственных условий.

Самым лучшим объемом продаж является те, которые получают большой доход при образовавшихся условиях, в получившихся ценовой сфере. Задачи улучшения служат в наибольшей степени теоретическими, чем практической идеальное количество при организации производства продукции оказывается той целью, осознание которой нужно знать обязательно

От продажи продукции выручка составляет основной показатель при оценке производственной и хозяйственной деятельности организации, так как итоговый результат отражается в этом показателе деятельности, он определяет величину прибыли и убытков. Продажа продукции планирует ее создание, отгрузку и оплату покупателям.

Показатель продажи продукции показывает детальную взаимосвязь производство с продажей:

- помогает увеличить качество продукции (выполнению ассортимента);

повышает ритмичную работу и отгрузку вовремя произведенной продукции;

- помогает принятию осмысленных программ в связи со сбытом;
- ответственность увеличивается по выполнению договорных обязательств;

внимание хозяйственных руководителей увеличивается к организации продаж, финансовой работе и документообороту;

- помогает уменьшить объемов незаконченных производств, создание полуфабрикатов больше нормы спроса производства, сокращению остатков готовой продукции на складах, это все ведет к повышению оборачиваемости оборотных средств, уменьшению срока оборота. На эффективность производства все это влияет положительно.

Под продажей продукции, работ и услуг на этот момент считается продукция, которая еще не отгружена, но все же оплачена покупателем в этот же время. Время продажи продукции является момент перечисления денег за нее на счет организации поставщика.

Количество проданной продукции зависит от многих моментов:

- выпуска количества продукции;
- степень цен в зависимости от уровня качества на единичные группы продукции.

Производство – это главный процесс работы экономики. Рынку необходим рост производства потому, что производства формирует основную массу продукции. Ни одна организация не функционирует отдельно, она по-прежнему взаимодействует с экономикой в общем, на первый взгляд, при помощи рынка производства, а с другой – с помощью рынка сбыта. Производственный процесс представляет собой целенаправленное, постепенное преобразование сырья и материалов в готовый продукт данного имущества, уместный к использованию и будущей переработке. Производственный процесс многообразен, в его состав входят большое количество операций.

Операция представляет собой основную работу, нацеленное на изменение процесса труда и достижения задуманной цели.

Текущие расходы организации на производство и реализацию продукции, представленные в денежной виде, являются себестоимостью продукции. Себестоимость продукции является обобщающим показателем, который описывает все аспекты экономической деятельности организации. Себестоимость продукции представляет собой не только экономические меры, но и показатель качества продукции потому, что она показывает степень использования всех запасов, имеющихся в составе организации. Масштабы и динамика этого показателя можно представить по степени их контроля, планирования, техническому уровню производства и т. п.

В стоимость продукции выражаются:

- доля основных средств в производственном процессе;
- количество израсходованных средств;
- процент живой работы и определенное количество продукции для людей.

Производственный цикл представляет собой полный спектр производственных процедур при приготовлении продукции. Попутно цикл отчитывается от первого рабочего места, откуда произошла обработка продукции, дальше по всем рабочим местам, и так до крайнего рабочего места. Так как длина производственного цикла не является линией, а площадям, на котором расположена оборудование и т.п., на опыте многих событий находится не как длина пути, а площадь, и размер помещения, в котором находится производство. Чем короче время производства продукта, тем ниже его стоимость транспортировки производственной площади, меньше всех расходов средств, и время которая приходится на переработку продукции. [42]

Центральное положение принимает в наших условиях принимает рост эффективности применения основных фондов, так же производственных мощностей организации. От данного положения организации зависит в производственной работе, материальное положение и конкурентоспособность,

поскольку основные фонды занимают наибольшую долю собственности организации, так же необоротные активы.

Основные средства входят в состав в производственных активов, которая уже давно принимает участие в производственном этапе, при этом оставляя свою естественную форму, не полностью по мере его применения, сумма потихоньку переноситься на продукцию.

Основные средства представляют собой основные фонды представленное в стоимостной форме. Для того чтобы, производство работала без перебоя главным производственным средствам нужны предметы труда и материальные запасы, получается, что кроме основного капитала нужен и оборотный капитал. В состав оборотных входят денежные, чтобы осуществить производственные ресурсы на складах и в производстве, для того чтобы расплатиться с поставщиками и работниками организации.

Склонность к уменьшению должна быть расходована на производства продукции, поскольку именно в этом случае складывается ситуация, котором можно уменьшить сумму на продукцию.

Поэтому во время выбора управленческого плана поведения организация следует следующими правилам: производственное подразделение должна использовать производственный процесс, в котором такой же объем готовой продукции обеспечивается с наименьшими затратами на факторы ввода продукции. [30]

Выделяют следующие виды затрат:

- цеховая;
- производственная;
- полная.

В современном рынке значительно возросла роль и ценность себестоимости продукции в организации. С экономической и социальной точек зрения важность снижения себестоимости продукции для организации состоит в следующем:

– повышение дохода, находящихся в распоряжении организации, таким образом возникают более широкие возможности, в упрощенном и расширенном воспроизводстве;

– для материального стимулирования возникают более широкие возможности, и для решения проблем внутри коллектива организации;

– повышение материального состояния организации и уменьшение риска правила организаций;

– уменьшить цены на отпускные цены собственного производства, это методика позволить увеличить конкурентоспособность и повысить количество реализаций;

Главной производственно-хозяйственной деятельности предприятия является реализация программы производства и реализации продукции по наименьшей стоимости.

Целью анализа производства и продажи продукции служит отбор приемов повышения объема продаж продукции в отличие от конкурентов, наибольшее потребление производственных мощностей повышает доли в рынке, и таким образом увеличивается доход организации.

Эти задачи осуществляется с помощью решение перечисленных аналитических задач:

- Оценка степени плана продажи производственной программы;
- Оценка динамики производства и продаж;
- Нахождение воздействий факторов на изменение значений этих показателей;
- Нахождение внутренних запасов для повышения продаж;
- Реализация событий по исследованию найденных запасов.

Анализ объемов производства и продаж продукции выполняется по признаку базы системы: объема производства, номенклатуры и ассортимента, качества продукции и ритма организаций. [34]

Совместная оценка результатов коммерческого предприятия должна дать общее представление о положительным и отрицательным результатам своей работы в течение отчетного периода.



С помощью оценки выявлены стоимостные показатели объема работы организации, для которой были использованы суммированные и текущие цены.

Товарное производство – стоимостное выражение продукции, сделанный за определенный период времени. Различие товарная продукция от валовой продукции состоит в том, что остатки неготового производства и внутрипромышленный цикл в нее не входят. Проявляется в оптовых ценах, действующих в отчетном году.

В состав товарной продукции входит объем продукции, предназначенной для продажи и входящей в национальный экономический оборот, оно напрямую связано с продажей продукции и суммой сбережений и поэтому рассчитывается по текущим оптовым или договорным ценам.

Проданные продукты – это стоимость продуктов, отгруженных и оплаченных покупателями.

Объем продаж продукции может проявляться в сопоставимых, плановых и текущих ценах.

Сопоставимая цена – стоимостное выражение на продукцию, допускающая за основу сравнения в данном и отчетном периодах, рассматривая одинаковой в течение нескольких лет.

Плановые цены считают функцию управления спроса и предложения на отдельные группы продукции.

Текущая цена – это фактическая стоимость продукции на рынке на данное время (в рассматриваемом времени). В положении экономичный рынок, эти признак обладает основной ролью.

Выручка от продажи продукции – это один самый важный признак в оценке промышленной и хозяйственной организации потому, что этот показатель показывает итоговый результат работы организации, он находит размер дохода и расхода. Степень продажи продукции в рыночном положении занимает одно из значимых мест.

Продажа – это конечная ступень в кругообороте средств организации и определяет степень отношений между производителем и покупателем. Сбыт продукции обеспечивает производство, отгрузку и уплату покупателям.

Продажа продукции в рассматриваемом этапе считается продукция оплаченная и отгруженная на этом же этапе. Время продажи продукции рассматривается дата перечисления денежных средств на счет организации поставщика.

Количество проданной продукции зависит от последующих факторов:

- количество сбыта продукции;
- ценовая политика на отдельные группы продукции, которые зависят от качества;
- изменения количество остатков готовой продукции на складах предприятия (П - П);

К крайнему включают продукцию, время оплаты которой все еще не наступил или не оплаченная покупателям вовремя, но продукция уже оплаченная.

Соотношение объема продажи от перечисленных факторов может считаться формулой:

$$P = TP + (П - П2) + (T1 - T2), \quad (1)$$

где P – объем продажи продукции за прошлый период, руб.;

TP – продукция за этот период, руб.;

П1 и П – остатки нереализованной готовой продукции на складе на начало и конец отчетного периода, руб.;

T1 и T2 – остатки отгруженных, но не оплаченных товаров на начало и конец прошлого периода, руб.

Этапы и события взаимосвязаны и взаимообусловлены в хозяйственной работе организации. Некоторые из них связаны напрямую, а другие лишь косвенно.

К примеру размер дохода, от основной работы организации прямое воздействие делают такие факторы, как объем и структура сбыта, себестоимость продукции. А другие факторы влияют косвенно. [13].

Все события можно расценивать как повод, и как результат.

К примеру, можно анализировать производительность труда, как фактор изменения количества производства продукции, как степень ее расхода. Или как итог изменения уровня механизации и автоматизации производства. Если какой-то показатель расценивается как следствие, итог работы нескольких причин и могут рассматриваться в качестве объекта анализа, то при анализе соотношений его могут назвать действенным показателем. Признак, считающие действие результативного показателя являются факторным.

При вычислении валовой продукции применяется формула:

$$\text{ВП} = \text{КС} * \text{ПТ} \quad (2)$$

где КС – количество сотрудников, чел.;

ПТ – производительность труда, руб.

ВП – результативным показателем,

КС и ПТ – факторными.

Факторный анализ – представляет собой методологию комплексного и систематического изучения и измерения влияния факторов на величину эффективных показателей.

Огромное воздействие на итоги хозяйственной работы оказывают ассортимент (номенклатура) и структура производства и продажа продукции.

Ассортимент – список названий продукции, с указанными по ним информацией и по списку количества по каждому из них. Ассортимент продукции включает в себя полный, групповой и внутригрупповой ассортимент.

Номенклатура – классированный список названий продукции с указанием кодов по общесоюзному классификатору промышленной продукции (ОКПП), а также шифров продукции (номенклатурных номеров) [19].

Структура развития ассортимента включает в себя:

- нахождение текущих и перспективных нужд покупателей;
- оценку степени конкурентоспособности, производимой или располагающей к производству продукции;
- анализ периода продукции на рынке, вовремя применение мер по внедрению инновационных групп и удаление из производства ненужных, устаревших и невыгодных экономических продуктов;
- оценку экономической эффективности и степени риска изменений в ассортименте продукции. Обобщающую характеристику изменений ассортимента продукции дает одноименный коэффициент, уровень которого определяется следующим образом:

$$\text{Касс} = \sum \text{ТП}^{\text{зачт}} / \text{ТП1} \quad (3)$$

где Касс – коэффициент выполнения плана по ассортименту;

ТП<sup>зачт</sup> – общий фактический выпуск продукции, зачтенный в выполнение плана по ассортименту, руб.;

ТП1 – общий плановый выпуск продукции, руб.

Продукция, изготовленная сверх плана или непредусмотренная планом, не засчитывается в выполнение плана по ассортименту.

Огромную роль для целей анализа хозяйственно-финансовых работ организации включает комплексный анализ ритмичности производства продукции. В развитии анализа производства и продажи продукции надо производить оценку на риск ненужной продукции, такие продукции могут образоваться если спрос на нее не будет. Его рассчитывают величиной возможного материального и морального убытка организаций, появившегося этой причиной. Для того чтобы

миновать исхода ненужности продукции, нужно анализировать ее образование, чтобы устранить или избежать потерь.

Риск ненужной продукции бывает преодолимый и непреодолимый. То положение, которое включает к одному из виду, обосновывается на разумное нововведение направленных на развитие сбыта продукции.

Если та сумма, которую использовали на покрытие убытка превышает выручку, то с экономической точки зрения они не приносят и является непреодолимыми, и наоборот.

Риск невостребованной продукции может быть выявлен до производства, во время производства и после производства.

Если же риск будет выявлен до производственного этапа, то потери будут минимальны, чем в других этапах. [22]

ABC-анализ – известный метод анализа, помогающий улучшить ассортимент в розничной продаже. Этот момент анализа эволюционировал следствии своей универсальности и эффективности. От точной оценки доходности каждого положения продукции зависит повышение продаж и увеличение качества ассортимента в прямом смысле зависят.

ABC-анализ – метод, разрешающий подразделять запасы организации по признаку их значимости. Правило Парето по отношению метода может прозвучать, как надежность на 20% и разрешает контролировать 80% систему. Независимо от того, это запасы сырья, комплектующие продукты и т.п.

ABC-анализ - анализ ресурсы продукции распределяются на три группы:

- А – наиболее ценные, 20 % – ресурсы продукции; 80 % – продаж;
- В – промежуточные, 30 % – ресурсы продукции; 15 % – продаж;
- С – наименее ценные, 50 % – ресурсы продукции; 5 % – продаж.

От цели анализа зависит на сколько может разделиться количество групп, это в многих случаях делиться на 3, а в наименьших на 4 – 5 групп.

Итого ABC-анализа заключается группировка продукции по показателю их влияния на общий итог.

В логистике ABC-анализ используется целью наблюдения объема отгрузки характерных типов и более популярных, в той или иной позиции ассортимента, так же для распределения покупателей по численности и по размеру из заказов.

Подобным образом, по одному признаку квалифицированный продукт, необходимо сравнить результат с признаками других продуктов. Группа "С" может приносить организации 20% дохода, составлять 50 % товарного запаса и занимать 80 % площади склада. Однако необходимо помнить, что непродуманное сокращение товаров группы "С" (20 % дохода предприятия) приведет к тому, что через некоторое время оставшиеся товары распределятся по тому же закону, это может привести за собой через некоторое время уменьшение деятельности организации на 50 %.

XYZ-анализ ассортимента используется для более детального рассмотрения процесса продажи продукции организаций и создание обоснованной ассортиментной направленности.

Показателем XYZ-анализа является стабильность продаж, доходность товаров [14].

XYZ-анализ допускает возможность сделать разделение продукции организаций от характера их потребности и правильность предсказывать перемену их спроса в течении определенной времени.

Группа X – запасы показывают равномерный признак спроса. С небольшим колебанием и большой точностью прогнозирование. Признак коэффициента от 0 до 10 %.

Группа Y – запасы характеризуются известной направленностью рассчитывающие потребности (например, сезонным изменением), и его возможностью прогнозирование. Показатель коэффициента вариации - от 10 до 25 %.

Группа Z – определяется запасами не часто, каких-либо склонностей не используется, его прогнозирование небольшое.

Коэффициента вариации может быть свыше 25 %. Значение факторов коэффициента может различаться по следующим группам:

- сезонность продаж;
- тренд;
- акции;
- дефицит и т. д.

Во многих случаях XYZ-анализ проводится вместе с ABC-анализом, которые помогают их выделить точность относительно групп, относительно их свойств [23].

### 1.3 Организационно-экономическая характеристика АО Санаторий «Янган-Тау»

Полное наименование Акционерное общество АО Санаторий «Янган-Тау».

Место нахождения организации: Российская Федерация, Республика

Башкортостан, Район Салаватский, Село Янган - тау, Улица Центральная, Дом 20.

Многогранная деятельность санатория “Янган-Тау” включает в себя развитие собственного производства и реализации этой продукции через торговую сеть санатория. Но основной задачей развития производственных цехов лежит обеспечение отдела общественного питания свежей, качественной продукцией и приготовление блюд преимущественно из продуктов собственного производства.

Для производства продукции собственного производства используется высококачественное сырье, выращенное и произведенное в экологически чистых условиях животноводства Салаватского района.

Продукция Янган-Тау отличается высоким качеством.

В санатории «Янган-Тау» проводится комплексное реабилитационное лечение, в котором уникальные природные лечебные факторы сочетаются с современными методами реабилитации на высокотехнологичном оборудовании. Санаторий медицинской помощи и оценка результативности событий реабилитируются автоматизированной системы управления «Кинт: Санаторно-курортное

отделение». На одном уровне АО Санаторий «Янган-Тау» находится с главными институтами здравоохранения РФ с профессионалами реабилитационной медицины, санаторий является обладателем более 37 лицензированных группой медицинской деятельности. Лечение будет проходить согласно с стандартами санаторного лечения.

АО Санаторий «Янган-Тау» является комплексом из 7 комфортных корпусов, паровых и суховоздушных лечебниц, буфета, лечебно-диагностического комплекса с водолечением и грязелечением, четырех столовых, спортивно-оздоровительный корпус, собственная производственная структура и сеть магазинов.

Конкурентной особенностью организации являются особенные уникальные биоклиматические ресурсы: геотермальные природные влажные и сухие газы, выделяемые из природных трещин и пробуренных скважин из выделенной части горы Янган-тау, курорт использует минеральную воду из источника "Кургазак" для лечебных целей, обладающих высоким лечебным и оздоровительным эффектом.

Важным преимуществом в конкурентной борьбе является развитая и успешно функционирующая СМК, которая поддерживает и улучшает качество предоставляемых санаторно-курортных услуг. «Янган-Тау» первым среди санаториев республики получил сертификат соответствия системе менеджмента качества в соответствии с требованиями стандарта ISO 9001. Система менеджмента качества санатория дважды прошла сертификацию и ежегодно проходит инспекционный контроль на соответствие стандарту.

Учетная политика АО Санаторий «Янган-Тау»

ПРИКАЗ № 1-У “Об учетной политике организации” “01” октября 2013 года

Бухгалтерский учет в АО Санаторий «Янган-Тау» выполняется согласно с действующими законодательными актами, нормативными документами, стандартами бухгалтерского учета.

Настоящая учетная политика действует с 01 января 2013 года и сформирована в соответствии с Положением по бухгалтерскому учету “Учетная политика



организации” ПБУ 1/08 и требованиями налогового законодательства по организации налогового учета.

Бухгалтерский учет осуществляется в регистрах учета применительно к журнально-ордерной форме счетоводства.

Обработка первичных документов и регистров бухгалтерского учета осуществляется на основе программного продукта с распечаткой накопительных ведомостей, журналов-ордеров и карточек аналитического учета в соответствии с правилами (стандартами) бухгалтерского учета.

Регистры аналитического налогового учета заполняются по учету доходов, расходов и прибыли для исчисления налога на прибыль в соответствии с требованиями налогового Кодекса.

Бухгалтерские регистры – журналы-ордера, ведомости, отчеты кассира и т. п. заполняются по объектам учета и периодам учета.

Учетная политика организации построена на соблюдении следующих основных требований:

1) активы и обязательства организации действуют отдельно от активов и обязательств собственников этой организации и активов и обязательств других организаций (допущение имущественной обособленности);

2) организация будет стремиться продолжать свою работу, и у нее не имеется план и нуждаемость закрыть или уменьшить работы, и соответственно, обязательство будет сокращаться в планируемое время;

3) организация, принявшая учетную политику, используется по порядку от базисного периода к другому;

4) факты экономической работы организации касаются к тому базисному периоду, независимо от фактического времени в котором они произошли;

5) выплаты денежных средств, связанных с этими фактами (допущение временной определенности факторов хозяйственной деятельности).

Объемы основных средств, используемые организацией в течение периода, превышающего 12 месяцев, имеющие стоимость не более 100000 рублей за

единицу, списываются на затраты на производство по мере отпуска их в производство или эксплуатацию (п. 18 ПБУ 6/01 “Учет основных средств”).

Учет затрат делится на прямые по дебету счета 20 – «Основное производство», 23 – «Вспомогательные производства», и косвенные расходы на дебет счетов 25 – «Общепроизводственные расходы», 26 – «Общехозяйственные расходы». В конце отчетного периода косвенные расходы включаются в себестоимость продукции (работ, услуг) в результате распределения:

ДТ – 20, 23, СТ – 25, по принадлежности. Счет 26 «Общехозяйственные расходы» списывается на финансовый результат.

Косвенные расходы, собираемые по ДТ 25 разделены по видам продукции (работ, услуг) – объектами калькулированные пропорционально прямой заработной плате производственных рабочих.

Готовая продукция отражается по фактической производственной себестоимости продукции (пункт 59 Положения о бухгалтерском учете и отчетности в русской Федерации).

Все продукции считаются по изначальной стоимости, в которой включены все затраты на покупку и отгрузку продукции, на производственном складе, произведенные для продажи, но отгрузка еще не состоялась. (п. 13 ПБУ 5/01).

Для целей налогообложения расходы на резервы по сомнительным долгам определяется ст. 266 Налогового кодекса.

Прибыль находится по способу зачисление от реализации продукции, так же материальных прав.

Для целей налогообложения внереализационные доходы определяются в соответствии со ст. 271 НК РФ в соответствии с п. 19 Приказа “Об учетной политике в 2013 году.”

Классификация доходов и расходов распределяется учета по обычным видам деятельности и других (9/99 и 10/99). В целях налогообложения, делятся на доходы и расходы от реализации продукции и услуг и материальных прав, и непродávаемые (ст. 248, 252 Налогового кодекса).

## Экспресс анализ финансовой отчетности АО Санаторий «Янган-Тау»

Анализ финансового положение организации является одним условием удачного руководство его финансами. Финансовое положение организации описывается общим показателем, который показывает процесс развития и применение его финансовых доходов. В рыночной экономике финансовое положение в организации показывает итоговые результаты его работы, которые интересуют и сотрудников организации и его компаньонов по экономические деятельности.

Целью финансового анализа служит оценка материала, находящееся в отчетности, соотнесение сведений и получение на их базе новой информации, которая станет основой для принятия тех или иных решений.

### Горизонтальный и вертикальный анализ финансовой отчётности

Горизонтальный анализ баланса позволяет вычислить общее назначение изменения финансового положение организации. В то же время сопоставляют итог баланса на конец года с итогом баланса на начало года. В результате чего, если баланс увеличивается, то финансовое положение будет положительным. Дальше вычисляют тип изменения отдельных статей баланса. С положительной стороны характеристиками финансового положения организации, это повышение в активе баланса остатки денежных средств, краткосрочных и долгосрочных финансовых вложений, нематериальных активов и производственных ресурсов. К положительным чертам финансового положения по пассиву можно отнести повышение прибыли, доходов предстоящих периодов, к отрицательным – повышение кредиторской задолженности в пассиве. Вертикальный анализ приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Вертикальный анализ баланса АО Санаторий «Янган-Тау»

Статьи баланса	2018г.	2017г.	Абсолютное отклонение	Относит. отклонение
<b>I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>				
Нематериальные активы	2 618 000	28 000	+ 2 590 000	+ 92,5

## Продолжение таблицы 1

Статьи баланса	2018г.	2017г.	Абсолютное отклонение	Относит. отклонение
Результаты исследований и разработок	0	0	0	0
Нематериальные поисковые активы	0	0	0	0
Материальные поисковые активы	0	0	0	0
Основные средства	1 801 364 000	1 779 655 000	+ 21 709 000	+0,01
Доходные вложения в материальные ценности	0	0	0	0
Финансовые вложения	777 166 000	0	+ 777 166 000	0
Отложенные налоговые активы	3 398 000	3 109 000	+ 289 000	+0,09
Прочие внеоборотные активы	0	0	0	0
Итого по разделу I	2 584 546 000	1 782 792 000	+ 801 754 000	+0,45
<b>II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>				
Запасы	141 715 000	121 347 000	+ 20 368 000	+0,17
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	0	0	0	0
Дебиторская задолженность	61 001 000	88 163 000	- 27 162 000	-0,31
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	0	0	0	0
Денежные средства и денежные эквиваленты	383 699 000	72 395 000	+ 311 304 000	+ 4,3
Прочие оборотные активы	2 664 000	2 754 000	- 90 000	-0,03
Итого по разделу II	589 079 000	284 659 000	+ 304 420 000	+ 1.07
БАЛАНС	3 173 625 000	2 067 451 000	+ 1 106 174 000	+ 0,54
<b>III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ</b>				
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	2 413 508 000	1 758 041 000	+ 655 467 000	+ 0,37
Собственные акции, выкупленные у акционеров	0	0	0	0
Переоценка внеоборотных активов	224 000	224 000	0	0
Добавочный капитал (без переоценки)	111 429 000	0	+ 111 429 000	0

## Окончание таблицы 1

Статьи баланса	2018г.	2017г.	Абсолютное отклонение	Относит. отклонение
Резервный капитал	13 775 000	13 775 000	0	0
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	190 127 000	128 732 000	+ 61 395 000	+ 0,48
Итого по разделу III	2 729 063 000	1 900 772 000	+ 828 291 000	+ 0,44
<b>IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>				
Заемные средства	0	0	0	0
Отложенные налоговые обязательства	6 918 000	5 007 000	+ 1 911 000	+0,38
Оценочные обязательства	0	0	0	0
Прочие обязательства	0	0	0	0
Итого по разделу IV	6 918 000	5 007 000	+ 1 911 000	+ 0,38
<b>V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>				
Кредиторская задолженность	115 760 000	142 270 000	- 26 510 000	- 0,19
Доходы будущих периодов	2 625 000	3 264 000	- 27 639 000	- 8,47
Оценочные обязательства	18 847 000	16 138 000	+ 2 709 000	+ 0,17
Прочие обязательства	300 412 000	0	+ 300 412 000	+ 0
Итого по разделу V	437 644 000	161 672 000	+ 275 972 000	+ 1,71
БАЛАНС	3 173 625 000	2 067 451 000	- 1 106 147 000	+ 0,56

За отчетный период активы организации снизились на 8434 тыс. руб. (1 782 792 000+284 659 000) - (2 584 546 000+589 079 000) = 2 067 451 000 – 3 173 625 000 = - 1 106 174 000 тыс. руб.

Абсолютное отклонение в необоротных активах на конец года чем в начале составило + 801 754 000 руб. повысилась долгосрочные обязательства на 1 911 000 руб. или на 0,38%. Кредиторская задолженность так же снизилась на 26 510 000 или на 0,19%. Предприятие работает с доходами к концу года, доход получили на 61 395 000 руб. больше, что составило 0,48%.

Вертикальный анализ баланса – это анализ структуры активов и пассивов путём расчёта удельного веса статей в валюте баланса. Горизонтальный анализ баланса приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Горизонтальный анализ баланса АО Санаторий «Янган-Тау»

Статьи баланса	2018 г.	2017 г.	Структура баланса на 2018г	Структура баланса на 2017г	Изменение в структуре, %
<b>I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>					
Нематериальные активы	2 618 000	28 000	0,10	0,001	- 0,099
Результаты исследований и разработок	0	0	0	0	0
Нематериальные поисковые активы	0	0	0	0	0
Материальные поисковые активы	0	0	0	0	0
Основные средства	1 801 364 000	1 779 655 000	69,7	99,8	30,1
Доходные вложения в материальные ценности	0	0	0	0	0
Финансовые вложения	777 166 000	0	30,07	0	30,07
Отложенные налоговые активы	3 398 000	3 109 000	0,13	0,17	0,4
Прочие в необоротные активы	0	0	0	0	0
Итого по разделу I	2 584 546 000	1 782 792 000	100	100	0
<b>II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>					
Запасы	141 715 000	121 347 000	24,06	42,63	18,57
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	0	0	0	0	0
Дебиторская задолженность	61 001 000	88 163 000	10,35	30,97	20,62
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	0	0	0	0	0
Денежные средства и денежные эквиваленты	383 699 000	72 395 000	65,14	25,4	- 39,74
Прочие оборотные активы	2 664 000	2 754 000	0,45	0,96	0,51
Итого по разделу II	589 079 000	284 659 000	100	100	0
Статьи баланса	2018 г.	2017 г.	Структура баланса на 2018г	Структура баланса на 2017г	Изменение в структуре, %
БАЛАНС	3 173 625 000	2 067 451 000			
<b>III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ</b>					

## Окончание таблицы 2

Статьи баланса	2018 г.	2017 г.	Структура баланса на 2018г	Структура баланса на 2017г	Изменение в структуре, %
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	2 413 508 000	1 758 041 000	88,44	92,4	4
Собственные акции, выкупленные у акционеров	0	0	0	0	0
Переоценка в необоротных активах	224 000	224 000	0,008	0,01	0,002
Добавочный капитал (без переоценки)	111 429 000	0	4,08	0	4,08
Резервный капитал	13 775 000	13 775 000	0,50	0,72	0,12
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	190 127 000	128 732 000	6,7	6,8	0,1
Итого по разделу III	2 729 063 000	1 900 772 000	100	100	0
<b>IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>					
Заемные средства	0	0	0	0	0
Отложенные налоговые обязательства	6 918 000	5 007 000	1	1	0
Оценочные обязательства	0	0	0	0	0
Прочие обязательства	0	0	0	0	0
Итого по разделу IV	6 918 000	5 007 000	100	100	0
<b>V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>					
Заемные средства	0	0	0	0	0
Кредиторская задолженность	115 760 000	142 270 000	26,45	87,9	61,45
Доходы будущих периодов	2 625 000	3 264 000	0,59	2,01	1,9
Оценочные обязательства	18 847 000	16 138 000	43,06	9,98	- 33,08
Прочие обязательства	300 412 000	0	68,6	0	68,6
Итого по разделу V	437 644 000	161 672 000	100	100	0
БАЛАНС	3 173 625 000	2 067 451 000			

Большая часть всех обязательств приходится на основные средства 99,8% на конец периода, на начало 67,8%.

Финансовая устойчивость предприятия характеризуется следующими относительными показателями:

1) Коэффициент автономии показывает долю источников собственных средств в общем итоге баланса. Значение его  $> 0,5$  означает, что все обязательства могут быть покрыты его собственными средствами.

$$Ka = CK / ВБ. \quad (4)$$

где СК – собственный капитал,

ВБ – общая величина источников средств предприятия.

$$Ka = 2\,729\,063\,000 / 3\,173\,625\,000 = 859,91$$

2) Коэффициент соотношения заемных и собственных средств показывает сколько заемных средств приходится на 1 руб. собственных. Максимальное значение этого коэффициента должно быть равно единице. Он показывает возможности предприятия по вовлечению в свой оборот заемных средств, т.е. характеризует финансовую независимость предприятия. Норматив  $> 1$ .

$$Kз/с = ЗС / СК, \quad (5)$$

$$Kз/с = 444\,562\,000 / 2\,729\,063\,000 = 0,16$$

где ЗС – заемные средства.

$$ЗС = ДСП + КСП, \quad (6)$$

$$ЗС = 6\,918\,000 + 437\,644\,000 = 444\,562\,000 \text{ руб.}$$

где ДСП – долгосрочные пассивы,

КСП – краткосрочные пассивы.

$$СК = КР, \quad (7)$$

где КР – капитал и резервы.



## Отчет о прибылях и убытках

Все показатели отчета о прибылях и убытках при проведении вертикального анализа проводятся в процентах к выручке от реализации. Вертикальный анализ прибыли проводится по сферам деятельности: операционной, финансовой и инвестиционной. Но при этом следует помнить, что порядок составления отчета о прибылях и убытках предусматривает выделение, прибыли от реализации, в то время

как доходы и расходы от инвестиционной и финансовой деятельности объединены общими показателями.

Вертикальный анализ отчета о прибылях и убытках представлен в таблице 3.

Таблица 3 – Вертикальный анализ отчета о прибылях и убытках

Показатели	За 2018 год		За 2017 год	
	Тыс. руб.	% к итогу	Тыс. руб.	% к итогу
Выручка	1 654 119	44,46	830 808	43,22
Себестоимость продаж	1 489 518	40,04	728 037	37,88
Валовая прибыль (убыток)	164 601	4,42	102 771	5,35
Коммерческие расходы	42 715	1,15	21 041	1,09
Управленческие расходы	0	0	0	0
Прибыль (убыток) от продаж	121 886	3,28	81 730	4,25
Проценты к получению	7 777	0,21	3 424	0,17
Прочие доходы	5 887	0,16	1 601	0,08
Прочие расходы	29 172	0,78	16 396	0,85
Прибыль (убыток) до налогообложения	106 378	2,86	70 359	3,66
Текущий налог на прибыль	24 474	0,66	16 255	0,84
Постоянные налоговые обязательства (активы)	-4 821	-0,13	-2 880	- 0,14

## Окончание таблицы 3

Показатели	За 2018 год		За 2017 год	
	Тыс. руб.	% к итогу	Тыс. руб.	% к итогу
Изменение отложенных налоговых обязательств	-1 911	-0,05	-746	- 0,0003
Изменение отложенных налоговых активов	288	0,007	52	0,002
Чистая прибыль (убыток)	80 182	2,16	53 220	2,77
Итого	3 720 265		1 922 068	

Горизонтальный анализ отчета о прибылях и убытках представлен в таблице 4.

Таблица 4 – Горизонтальный анализ отчета о прибылях и убытках

Показатели	2018 год	2017 год	Темп роста, %
Выручка	1 654 119	830 808	19,9
Себестоимость продаж	1 489 518	728 037	20,5
Валовая прибыль (убыток)	164 601	102 771	16
Коммерческие расходы	42 715	21 041	20,3
Управленческие расходы	0	0	0
Прибыль (убыток) от продаж	121 886	81 730	14,9
Проценты к получению	7 777	3 424	2,27
Прочие доходы	5 887	1 601	36,7
Прочие расходы	29 172	16 396	17,7
Прибыль (убыток) до налогообложения	106 378	70 359	15,1
Текущий налог на прибыль	24 474	16 255	15,05
Постоянные налоговые обязательства (активы)	-4 821	-2 880	- 16,7

## Окончание таблицы 4

Показатели	2018 год	2017 год	Темп роста, %
Изменение отложенных налоговых обязательств	-1 911	-746	2,56
Изменение отложенных налоговых активов	288	52	55,38
Чистая прибыль (убыток)	80 182	53 220	66,37

Горизонтальный анализ допускает сделать расчеты относительных колебаний какой-либо статьи отчетности за несколько лет отчетного года, и для которого показатели всех статей считается за 100%.

Анализ динамики и финансовых результатов приведен в таблице 5.

Таблица 5 – Анализ динамики и финансовых результатов

Наименование показателя	За отчетный период	За аналогичный период прошлого года	Отклонения (+,-)	Уровень в % к выручке в отчетном периоде	Уровень в % к выручке в прошлом периоде	Отклонения от уровня, %
Выручка от продажи товаров	1 654 119 000	830 808 000	823 311 000	100	100	-
Себестоимость проданных товаров	1 489 518 000	728 037 000	761 481 000	0,90	0,87	0,03
Прибыль (убыток) от продаж	121 886 000	81 730 000	40 156 000	0,07	0,10	-0,03
Процент к уплате	0	0	0	0	0	0
Прибыль до налогообложения	106 378 000	70 359 000	36 019 000	0,06	0,08	-0,02
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода	70 359 000	53 220 000	17 139 000	0,04	0,06	-0,02

## Окончание таблицы 5

Наименование показателя	За отчетный период	За аналогичный период прошлого года	Отклонения (+,-)	Уровень в % к выручке в отчетном периоде	Уровень в % к выручке в прошлом периоде	Отклонения от уровня, %
Всего доходов	1 654 119 000	830 808 000	-	-	-	-
Всего расходов	1 489 518 000	728 037 000	-	-	-	-
Коэффициент соотношения доходов и расходов	1,11	1.14	-	-	-	-

Коэффициент доходов и расходов организации должен быть больше 1.

Тогда деятельность предприятия является эффективной.

Вывод по разделу один:

В процессе выполнения дипломной работы мы ознакомились методическими аспектами анализа реализации продукции и услуг. Рассмотрели нормативно-правовые аспекты учета продаж продукции и реализации услуг. Выяснили что, нормативные документы делиться на несколько уровней, к ним относятся Федеральный Закон «О бухгалтерском учете», Положение по бухгалтерскому учету «Доходы организации», Положение по бухгалтерскому учету «Учет материально-производственных запасов», Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» и др. так же изучили методику проведения анализа продаж продукции и реализации услуг. Большое внимание на результаты деятельности организации оказывают ассортимент и структура производства и реализации продукции. Для проведения анализа ассортимента подобрали несколько известных и универсальных методов, возможных для адаптации к ситуации рассматриваемой организации.

Кратко рассмотрели организационно-экономическую характеристику АО Санаторий «Янган-Тау». Санаторий предлагает широкий спектр продукции и услуг. Для дальнейшего анализа продаж выберем наиболее популярные продукции и услуги.

## 2 МЕРОПРИЯТИЯ ПО УВЕЛИЧЕНИЮ УРОВНЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ И УСЛУГ НА ПРИМЕРЕ АО САНАТОРИЙ «ЯНГАН-ТАУ»

### 2.1 Анализ ассортимента и структуры продаж продукции и услуг

На примере АО Санаторий «Янган-Тау», названное в дальнейшем "Общество", создано по Гражданскому кодексу Российской Федерации и действует на основании Федерального закона "Акционерное общество" (далее - Федеральный закон), иного законодательства Российской Федерации, проведем анализ ассортимента продукции.

В итоге большую роль играет в хозяйственной деятельности АО Санаторий «Янган-Тау» ассортимент (номенклатура) и структура производства и реализации продукции.

Выпуск продукции АО Санаторий «Янган-Тау» при образовании ассортимента и структуры нужно помнить, во-первых, потребность на данные группы продукции, во-вторых – более эффективное использование финансовых, сырьевых, трудовых, технических и других запасов, находящихся в его распоряжении.

Разнообразная деятельность АО Санатория «Янган-Тау» расширяет развитие собственного производства и реализуют эту продукцию через торговую сеть организации. Но главной целью развитие собственных производственных цехов является снабжения отдела питания свежей, качественной продукцией и изготовление блюд в основном из продукции собственного производства.

Высококачественное сырье, выращенное в чистых экологических условиях фермерского хозяйства Салаватского района, используется для производства собственной продукции.

С помощью анализа объема продаж продукции вычислим, какой производственный цех пользуется большим спросом у потребителей.

Анализ продаж приведен в таблице 6.

Таблица 6 – Анализ продаж всех продуктов АО Санаторий «Янган-Тау».

Группа продукций	2017 г.		2018 г.		Различия
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	
Колбасные	88 150	47,66	92 108	48,75	3 958
Хлебные	55 217	29,85	57 125	29,61	1 908
Молочные	41 588	22,49	43 652	22,63	2 064
Всего	184 955	100	192 885	100	7 930

Отразим полученные результаты в графическом рисунке 1.

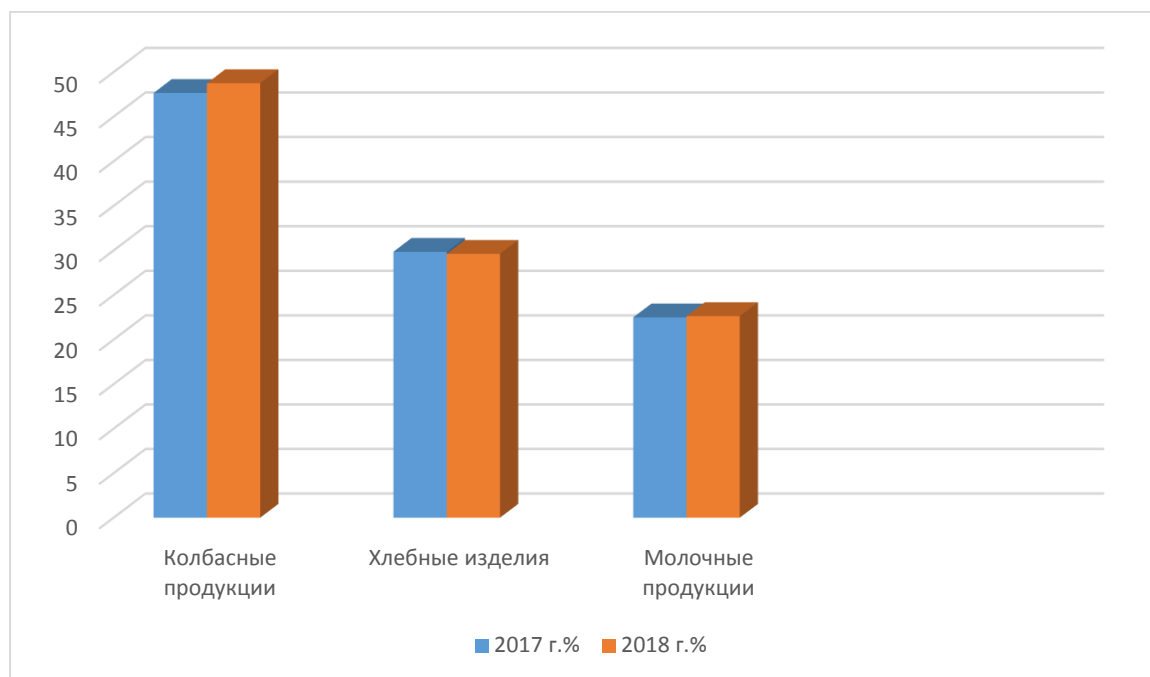


Рисунок – 1 Анализ продаж продуктов АО Санаторий «Янган-Тау»

Из таблицы 6 мы видим, что самый наибольший удельный вес у колбасной продукции – 48,66%, а самый низкий – молочные продукты.

Для детального изучения анализа ассортимента и структуры продаж продуктов АО Санаторий «Янган-Тау», выберем самый высокий удельный вес продукции. В ходе анализа вычислим, какой ассортимент колбасных продукции имеют высокий оборот % продаж, какие самый низкий.

Ассортимент мясных продуктов огромен и много разнообразен и содержит как сырые продукты, прошедшие как первичную обработку, так и полуфабрикаты, подготовленные к готовке, и готовые продукты - для употребления в пищу.

Современное время жизнь очень динамична, и мы постоянно чувствуем недостаток времени. Для того, чтобы уменьшить время для приготовления завтрака, обеда и ужина нам прекрасно помогают колбасные продукты. На самом деле каждый из нас, собираясь на работу, ест на завтрак бутерброд с колбасой, либо берет его с собой. По статистике, больше 56 % покупателей подмечают что, колбасные продукты находятся в их ежедневном питании, остальные 20% покупают колбасные продукты в 1-2 раза в неделю.

В АО Санаторий «Янган-Тау» колбасный цех был открыт, целью снабжения отдела общественного питания мясными полуфабрикатами (говядиной, кониной и свининой) и суповыми наборами. После открытия колбасного цеха было внедрено 14 видов колбасных продуктов, в том числе мясные деликатесы. Невзирая на ограниченный выпуск, продукция цеха приобрела популярность у отдыхающих санатория и прославилась на внешнем рынке. За несколько лет упорной работы, направленной на внедрение и совершенствование новых технологий, ассортимент колбасного цеха достиг свыше 30 видов колбас и колбасных изделий (вареные, п/к, в/к колбасы; сосиски; сардельки; ветчины; продукты из свинины, говядины и конины к/в ассортименте и др.), производительность достигла 350 кг в смену.

Для производства продуктов в санатории «Янган-Тау» используется высококачественное сырье, выращенное и произведенное в экологически чистых условиях животноводческого хозяйства Салаватского района.

Рассмотрев 1 главе методы проведения анализа реализации продукции, перейдем непосредственно к проведению анализа реализаций продукции АО Санаторий «Янган-Тау».

В таблице 7 показана структура выручки от реализации продукции АО Санаторий «Янган-Тау» за 2017-2018 год.

Таблица 7 – Анализ структуры продаж продукции АО Санаторий «Янган-Тау»  
2017-2018 гг., руб.



Колбасные Продукции	Выручка за 2017 г.		Выручка за 2018 г.		Выручка фактичес кая при плановой структуре , руб.	Зачитывается в выполнение плана по структуре, руб.	Влияние структуры продукци й на изменение объема, руб.
	тыс.ру б.	%	тыс.ру б.	%			
Вареная	26 150	29,66	27 500	29,86	27 600	26 150	- 1 450
Варено- копченая	15 425	17,49	16 200	17,59	16 210	15 425	- 785
Мясные деликатесы	22 988	26,07	24 142	26,21	24 012	24 142	130
Сырокопче ная	23 587	26,76	24 266	26,34	24 648	23 587	- 1 060
Итого	88 150	100	92 108	100	92 470	64 685,5	-

Для более подробного изучения представим рисунок 2 для изучения структуры АО Санаторий «Янган-Тау».

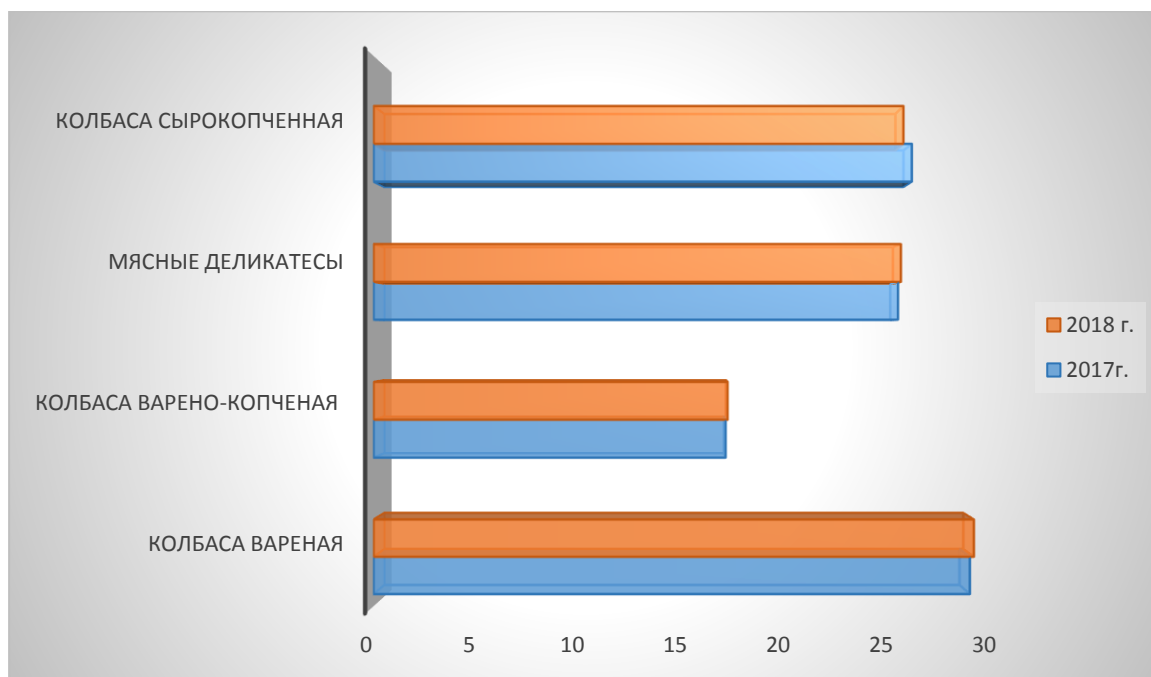


Рисунок – 2 Структура продаж продукции

Из таблицы 7 и графика 2 видим, что выручка в 2017 г. по всем колбасным продукциям получилась 88 150 руб. Наибольшую долю составили вареные колбасные продукты (29,66 %) и сырокопченые колбасные продукты (26,76%).

Выручка в 2018 г. значительно прибавилась по сравнению с 2017 годом на 1 450 тыс. руб. и получилось 92 108 руб. Наибольшую долю составили вареные колбасные продукции (29,86 %) и сырокопченые колбасные продукции (26,34%).

По всем группам продукции выручка фактическая при плановой структуре получилось 92 470 руб., а зачитали в выполнение плана по структуре по всем группам продукции 64 685.5 руб.

$$\% \text{ вып. струк.} = \frac{\text{Итого зачитывается в выполнения плана по структуре}}{\text{Выручка по факту}} \quad (8)$$

$\% \text{ вып. струк.} = 64\,685,5 / 92\,108 = 70,23\%$ , т.е. по выполненному расчёту план по структуре является не выполненным.

Причины невыполнения плана по структуре могут быть как внутренние, так и внешние. внешнему положению рынка можно отнести, спрос изменяется на другие группы продукции, состояние материально-технического снабжения. Внутреннему относятся в организации проблемы с производством, нерабочее состояние оборудование, простои, дефицит электричества.

Таблица 8 – Анализ ассортимента продажи продукции АО Санаторий «Янган-Тау» за 2017-2018 гг., тыс. руб.

Колбасные продукции	Выручка за 2017 г., руб.	Выручка за 2018 г., руб.	Выполнение плана, % 2017-2018 г.	Принимается в зачет выполнения плана по ассортименту, руб. 2017-2018 г.
Вареная	26 150	27 500	106	26 150
Варено-копченая	15 425	16 200	104	15 425
Мясные деликатесы	22 988	24 142	105	22 988
Сырокопченая	23 587	24 266	102	23 587
Итого	88 150	92 108		88 150

Для более подробного изучения представим рисунок 3 для изучения ассортимента продукции АО Санаторий «Янган-Тау».

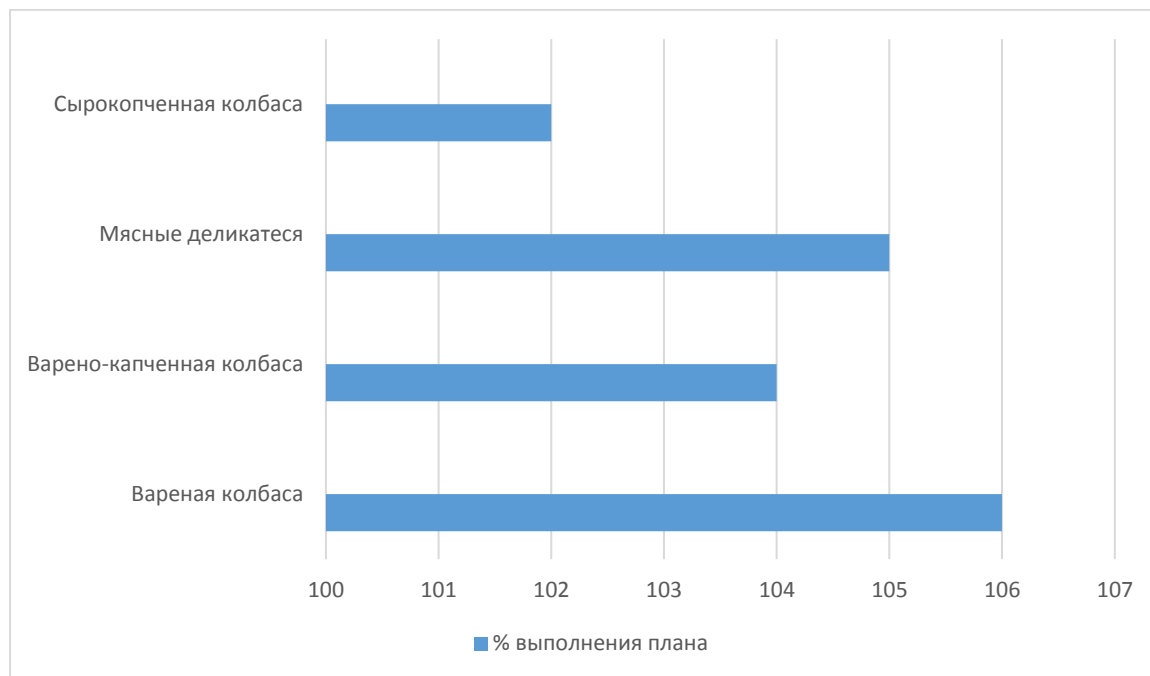


Рисунок – 3 Процент выполнения плана по ассортименту продукции АО Санаторий «Янган-Тау»

Из таблицы видно, что план в 2018 году по производству вареных колбасных изделий перевыполнен на 6%, на варено-копченые изделия – на 4 %, мясные деликатесы – на 5%, и на сырокопченая – на 2%.

Засчитали в выполнение плана по ассортименту по всем группам товаров 88 150 руб.

$$\% \text{ вып. ассор.} = \frac{\text{Итого принимается за счет в выполнения плана по ассортименту}}{\text{Выручка по плану}} \quad (9)$$

$\% \text{ вып. ассор.} = 88\,150 / 88\,150 = 100\%$ , т.е. план выполнен полностью в 2018 году.

Для проведения полного анализа ассортимента можно совместить несколько распространённых методов методов, возможных для адаптации к ситуации на данном организации.

Проведем ABC-анализ ассортимента АО Санаторий «Янган-Тау», результаты которого сведем в таблицу 9.

Сначала вычислим объем реализации продукции за 2 года (2017 - 2018 годы), после вычислим долю каждой товарной группы в общем обороте реализованной продукции.

Таблица 9 – ABC - Анализ продукции ассортимента АО Санаторий « Янган-Тау»

Колбасные продукции	Объем реализации за период, 2017-2018 г.			Доля в обороте, %
	2017	2018	2017-2018	
Колбаса вареная	26 150	27 500	53 650	29,76
Колбаса варено- копченая	15 425	16 200	31 625	17,54
Мясные деликатесы	22 988	24 142	47 130	26,15
Колбаса сырокопченые	23 587	24 266	47 853	26,54
Итого	88 150	92 108	180 258	100

Графически изобразим полученные результаты в рисунке 4.



Рисунок 4 – Доля % в обороте продаж продукции в АО Санаторий «Янган-Тау»

Распределим колбасные продукции по убыванию доли в обороте.

Кроме этого, заполним две колонки - доля в обороте накопительным итогом и группу, к которой мы отнесем ту или другую колбасную продукцию (таблица 10).

Таблица 10 – ABC-анализ товарного ассортимента АО Санаторий «Янган- Тау»

Колбасные продукции	Объем реализации за 2017-2018 годы, тыс.руб	Доля в обороте	Доля в обороте с накопительным итогом	Процентное соотношение по группам	Группа
Колбаса варено-копченая	53 650	17,54	17,54	20	С
Мясные деликатесы	31 625	26,15	43,69	30	В
Колбаса сырокопченые	47 853	26,54	70,23		
Вареная	31 625	29,76	100	50	А
Итого	180 258	100	-	-	-

Изобразим графически результат таблицы 10.

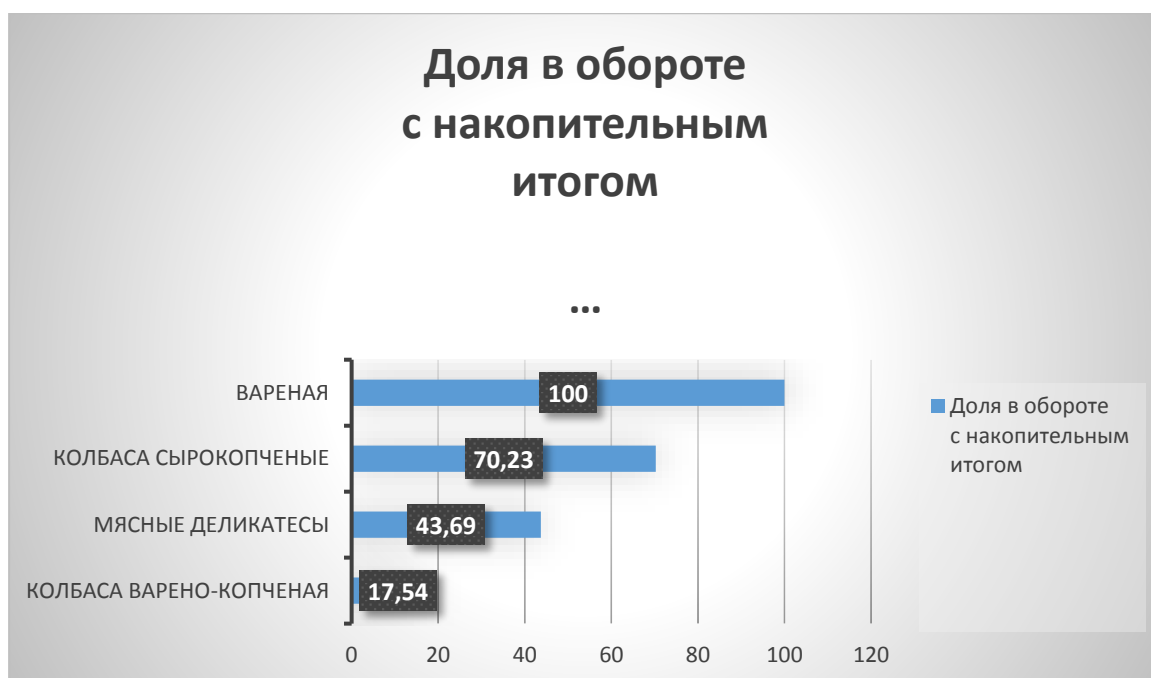


Рисунок 5 – Доля в обороте с накопительным итогом в АО Санаторий «Янган-Тау»

Из проведенного анализа сделаем выводы.

На предприятии АО Санаторий «Янган-Тау» продукции группы А является Колбаса сырокопченая. Она обеспечивает вклад в общую выручку – 70,23 %. В запасе всегда должна быть продукция группы А, так как может ухудшиться состояние выручки и прибыльности, чем дефицит других групп продукции.

Проведем для полной картины реализации продукции организации XYZ анализ ассортимента.

XYZ – анализ может являться критерием стабильности продаж и прибыльности продукции.

XYZ – анализ проведем для ассортимента продукции организации АО Санаторий «Янган-Тау», который сведем в таблицу 11.

Таблица 11 – XYZ-анализ ассортимента продукции предприятия

Колбасные продукции	Объем реализации за период, годы			Среднее значение	Коэф. вариации	Группа
	2017	2018	2017-2018			
Колбаса вареная	26 150	27 500	53 650	26 825	0,0356	X

Колбасные продукции	Объем реализации за период, годы			Среднее значение	Коэф. вариации	Группа
	2017	2018	2017-2018			
Колбаса варено- копченая	15 425	16 200	31 625	15 812,5	0,0347	X
Мясные деликатесы	22 988	24 142	47 130	23 565	0,0346	X
Колбаса Сырокопченая	47 853	24 266	47 853	23 926,5	0,463	X

Исходя XYZ-анализа, можно сделать вывод о том, что в организации АО Санаторий «Янган-Тау» стабильный спрос на все продукции, резких колебаний не наблюдается.

При комплексном анализе состояния ресурсами особенно продуктивное сочетание по итогам ABC- и XYZ-анализов, позволит представить абсолютных фаворитов (группы AX) и отстающие (группы CZ) в ассортименте рассматриваемой организации.

ABC- и XYZ-анализы, показанные ранее отдельно сведем на таблице 12.

Таблица 12 – Совмещенный ABC- и XYZ-анализ продукции ассортимента

Группа	X	Y	Z
A	Колбаса сырокопченые	-	-
B	Колбаса варено- копченая Мясные деликатесы	-	-
C	Колбаса вареная	-	-

По итогам выполнения сведенного можно увидеть, что такие продукции как Колбаса сырокопченые, колбаса варено-копченая и мясные деликатесы, попавшие в квадранты AX и BX, обеспечивают АО Санаторий «Янган-Тау» большим показателем постоянности дохода. Для организации важное значение имеет именно эти группы продукции, они прогнозируются отлично и стабильно. Продукции из группы CX устанавливаются до 20 % ассортимента продукции организаций.

Недооценивать важность этих продуктов нельзя, хотя они и не приносят организации большой прибыли. Этот товар всегда должен быть в наличии.

Для полной картины, рассчитаем факторный анализ для АО Санаторий «Янган-Тау».

Аналогичным способом выберем и услуги АО Санаторий «Янган-Тау» иведем результаты в таблицу 13.

Таблица 13 – Анализ продаж услуг за 2018г. АО Санаторий «Янган-Тау»

	2017 г.		2018 г.		Отличия
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	
Паровая и суховоздушная лечебница	12 425	35,68	12 985	35,01	560
Водолечебница	13 145	37,75	13 877	37,40	732
Спортивно-оздоровительный комплекс	9 254	26,57	10 236	27,59	982
Итого	34 824	100	37 098	100	2 274

Сведем полученные показатели в графике 5.

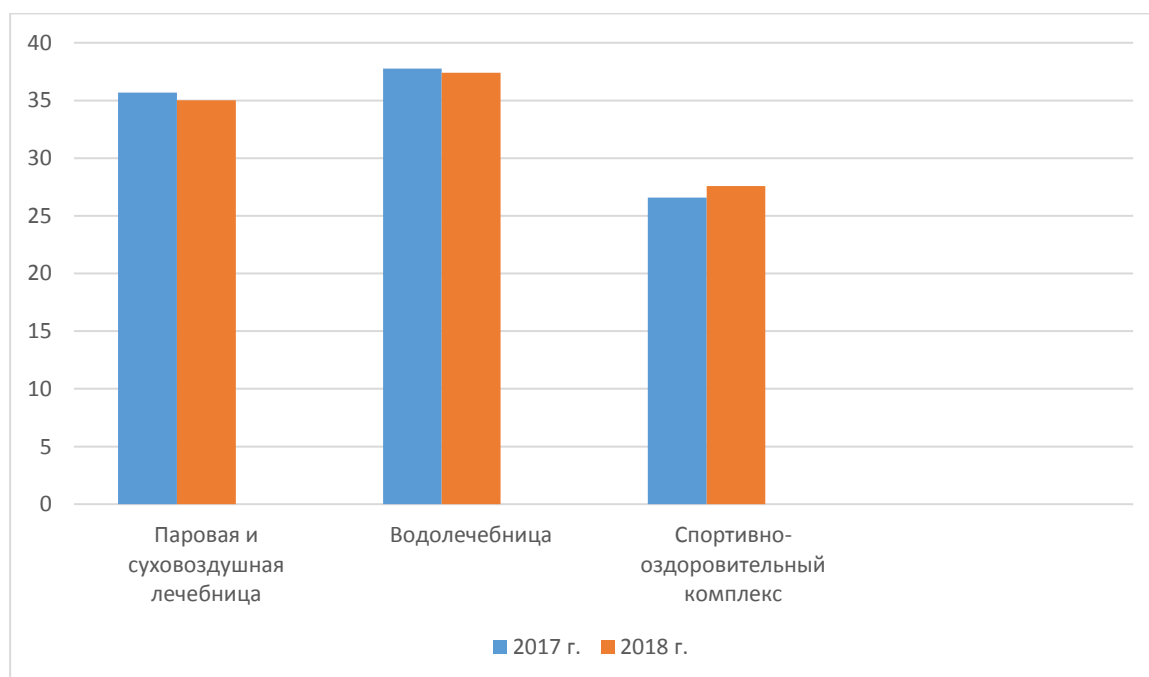


Рисунок 6 – Анализ продаж услуг АО Санаторий «Янган-Тау»



Из таблицы 13 и рисунка 5 видим, что наиболее высокая услуга — это водолечебница. И эту услугу выберем для дальнейшего анализа ассортимента. Анализ ассортимента услуг АО Санаторий «Янган-Тау» приведен в таблице 14.

Таблица 14 – Анализ ассортимента услуг АО Санаторий «Янган-Тау» тыс. руб.

Виды услуг	Объем продажи услуг		Структура продукции	
	2017 г.	2018 г.	2017 г.	2018 г.
Пресные ванны	5 328	6 525	42,20	49,63
Местные ванны	2 000	2 127	15,84	16,18
Сидячие ванны	2 881	3 000	22,82	22,82
Ручные и ножные ванны	2 416	1 493	19,14	11,36
Всего	12 625	13 145	100	100

Из данной таблицы сделаем вывод о том, что услуги «Пресные ванны» увеличились по сравнению с 2017 года на 1 197 тыс. руб., так же увеличились услуги «Местные ванны» - 127 тыс. руб. и «Сидячие ванны» - 584 тыс. руб. А услуга «Ручные и ножные ванны» наоборот уменьшились на – 923 тыс. руб.

Анализ ассортимента продаж услуг приведен в таблице 15.

Таблица 15 – Анализ ассортимента продаж услуг

Услуги водолечебницы	Выручка за 2017 г., руб.	Выручка за 2018 г., руб.	Выполнение плана, % 2017-2018 г.	Принимается в зачет выполнения плана по ассортименту, руб. 2017-2018 г.
Пресные ванны	5 328	6 525	122,4	5 328
Местные ванны	2 000	2 127	106,3	2 000
Сидячие ванны	2 881	3 000	104,1	2 881
Ручные и ножные ванны	2 416	1 493	61,79	1 493

Окончание таблицы 15

Услуги водолечебницы	Выручка за 2017 г., руб.	Выручка за 2018 г., руб.	Выполнение плана, % 2017-2018 г.	Принимается в зачет выполнения плана по ассортименту, руб. 2017-2018 г.
Итого	12 625	13 145		11 702

Представим анализа ассортимента продаж услуг в рисунке 7.

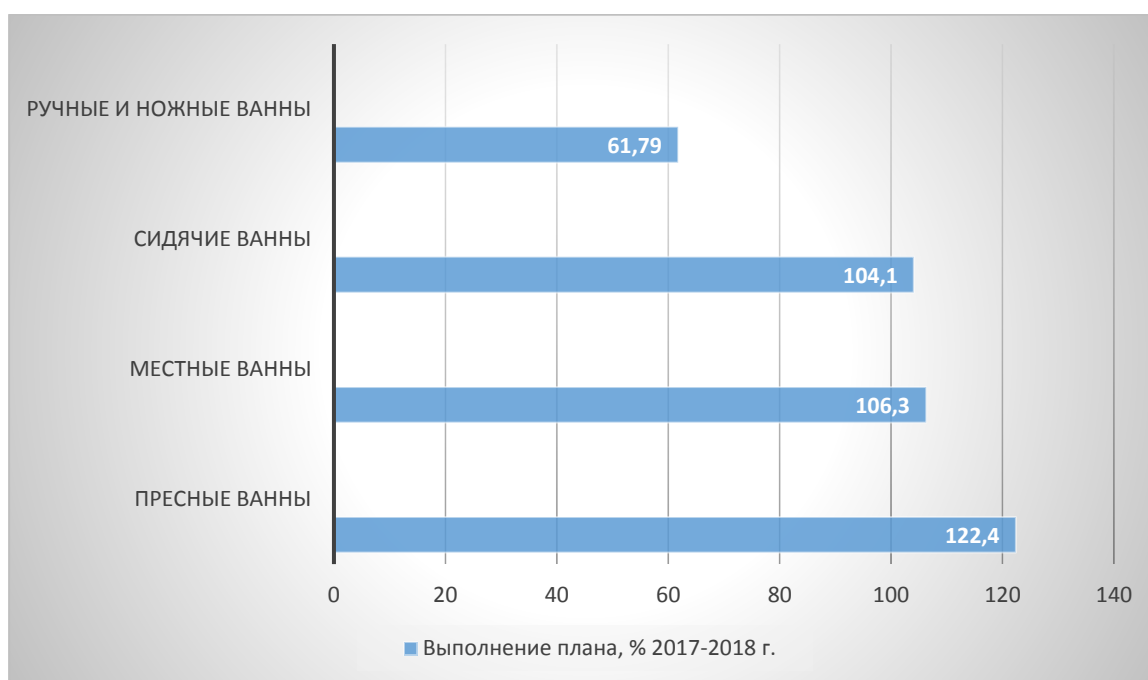


Рисунок 7 – анализ выполнение плана 2017-2018 г. %

Из таблицы 10 и рисунка 7 видим, что план в 2018 году по оказанным услуг «пресные ванны» перевыполнены на 122 %, «Местные ванны» – 106%, сидячие ванны – 104%, Ручные и ножные ванны не выполнен – 61%

Засчитали в выполнение плана по ассортименту по всем группам услуг 11 702 тыс. руб

$$\% \text{ вып. струк.} = \frac{\text{Итого зачитывается в выполнения плана по структуре}}{\text{Выручка по факту}} \quad (10)$$

Процент выполнения плана по ассортименту =  $11\,702/12\,625 = 92,68\%$ , т.е. полностью план не выполнен в 2018 году.

## 2.2 Факторный анализ продаж продукции и услуг

Разные методы анализа объема продаж организации в розничной продаже помогают увеличить эффективность работы любой организации, если ими правильно пользоваться. Это нужный опыт для каждого бизнеса, который рассчитывает расти, а не стоять на месте. Когда предприниматель анализирует полученные значения, он видит перспективы развития. Вычислить становится легче, какая продукция имеет спрос, а какие покупать не требуется.

Факторный анализ – это сочетание методов и моделей, изучающих и объясняющих связей между наблюдаемым количественным и качественными признаками, оценивающих меру влияния факторов на изменение итогового показателя.

Задача финансовых результатов – контролировать выполнение планов и определить, какие объективные и субъективные факторы влияют на уровень доходов. В процессе расчетов используются учетные данные и информация из бизнес-плана. По итогам определяются запасы, допускающие повысить чистый доход.

Взаимосвязанные основные факторы, которые влияют на изменение объема продаж, вычисляются путем метода балансовой увязки:

$$\Delta N_p = \Delta N_{T+} (\Delta N_{np \text{ гп}} - \Delta N_{kp \text{ гп}}) \quad (11)$$

где  $\Delta N_p$  – изменение фактически реализованной продукции по сравнению с планом или предыдущим периодом;

$\Delta N_T$  – изменение товарной продукции;

$\Delta N_{гп}$  – изменение остатков готовой продукции на складе соответственно на начало и конец анализируемого периода.

Для анализа рассчитывается баланс продукции в оптовых ценах на воздействие факторов который приведен в таблице 16.

Таблица 16 – Анализ факторов изменения объема продаж, тыс. руб.

№	Показатели в плановых оптовых ценах предприятия	2017 г.	2018г.	Влияние на реализацию различных факторов
1	Остатки готовой продукции на складе на начало года	59 894	56 630	- 3 264
2	Выпуск товарной продукции	124 816	135 315	10 499
3	Остатки готовой продукции на складе на конец года	36 666	48 207	11 541
4	Реализовано продукции	26 150	27 500	1 350

Рассмотрим графически результаты анализа таблицы 16.



Рисунок 8 - Анализ факторов изменения объема продаж.

Показатели из таблицы показали нам о том, что по сравнению с 2017 года продажа продукции увеличилось на 1 350 тыс. руб. Это произошло благодаря увеличению выпуска продукции 10 499 тыс. руб.

Для более подробного изучения факторов влияния на колбасную продукцию, рассмотрим факторный анализ выручки от продаж и сведем в таблицу 17.

Таблица 17 – Данные для факторного анализа выручки от продаж

Показатели	2017г.	2018г.	Отличие
Выручка от продажи товаров, продукции, услуг, тыс. руб. (ВП)	232 571	255 762	23 191
Средняя стоимость основных средств, тыс. руб. (Сос)	70 525	73 151	2,626
Фондоотдача, руб. (ФО)	3,15	3,21	0,09
Среднесписочная численность работников, чел (Ч)	526	515	-11
Производительность труда, тыс. руб. (ПТ)	996,15	1200,5	204,35
Сумма материальных затрат, тыс. руб. (МЗ)	59 342	62 512	3 170
Материалоотдача, руб. (МО)	3,52	2,15	-1,37

Для дальнейшего изучения факторного анализа применим формулу и корректирующий метод:

$$МО = ВП / МЗ \quad (12)$$

Найдем изменение выручки за счет влияние первой группы

$$В = 232 571 \text{ т.р.}$$

$$ВП \text{ кор} = Ч * ПТ = 526 * 1200,5 = 631 463 \text{ т.р.}$$

$$ВП2 * ПТ2 = 255762$$

Найдем влияние изменения

$$\text{ВП корр-ВП1} = 631463 - 232571 = +398592$$

$$\text{ВП1} - \text{ВПкор} = 255762 - 631463 = -375701 \text{ т.р.}$$

Следовательно, изменение производительности труда вызвало рост выручки от продаж на 398592, а изменение численности снижало выручку на 375 701 т.р.

Вычислим изменения выручки за счет влияния второй группы

$$\text{ВП1} = \text{M31} * \text{MO1} = 232571$$

$$\text{ВП кор} = \text{M31} * \text{MO2} = 59342 * 2,15 = 127585,3$$

$$\text{ВП2} = \text{M32} * \text{MO2} = 255762 \text{ т.р.}$$

Вычислим влияние на изменение

$$\text{ВП кор} - \text{ВП1} = 127585,3 - 232571 = -104985,7$$

$$\text{ВП2-ВП кор} = 255762 - 127585,3 = 128176,7 \text{ т.р.}$$

Следовательно, изменение материал отдачи вызвало уменьшение выручки от продаж 104985,7, а изменение суммы затрат – увеличение выручки на 128176,7 тыс. руб.

Для повышения продаж санаторию рекомендуется уменьшить себестоимость продукции.

### 2.3 Разработка рекомендаций по увеличению объема реализации продукции и услуг в АО Санаторий «Янган-Тау»

Эффективность работы организации может быть увеличена благодаря проведения мероприятий по различным направлениям. Снижение себестоимости продукции является одним из этих направлений.

К основным направлениям увеличения объема производства и реализации продукции относятся мероприятия, позволяющие увеличить объем выпуска и реализации продукции высокого качества при максимальном сокращении затрат труда, материальных и денежных ресурсов на единицу продукции. Основным путем, которым необходимо уделять большое внимание, являются:

- научно-технический прогресс, создание и внедрение совершенных средств производства, техники, новых видов материалов, прогрессивных технологических процессов.

Так как в организации большую удельный вес (в общем объеме производства) имеет продукция Вареная колбаса «Докторская» - 29,86 % и обладает большим спросом, организации рекомендуется установить в цеху дополнительное оборудование Фарш мешалка FIMAR 75C1P. Оборудование такого вида может стоить 1 - 2 млн. руб. Мы выберем оборудование марки 75C1P, по стоимости которая стоит 562 тыс. руб. Производительность этого оборудования составляет 2000 кг. в смену. Так как в 2017 г. количество рабочих дней составляет 210, организация может получить дополнительный доход в размере:

$$\text{ВР доп} = 2\,000 * 2 * 210 * 175,01 = 147\,008 \text{ тыс. руб.}$$

При ситуации производства более рентабельной и пользующейся большим спросом колбасной продукции «Докторская». Расшифровка затрат на производство продукции показано в таблице 18.

Таблица 18 – Затраты на производства колбасной продукции

Наименование статьи	Значение
Материалы	37
Заработная плата	17,38
Отчисления на соц. страх.	7,48
Затраты на энергию	6,03
Прочие расходы	4,73
Итого себестоимость	72,63
Прибыль нормативная	29,76
Цена отпускная	175,01

Вычислим, какую именно доход получит организация от внедрения нового оборудования.

1. Годовые расходы, для производства продукции составляют:

$$72,63 * 2000 * 2 * 210 = 61\ 200 \text{ тыс. руб.}$$

2. расходы на покупку оборудование.

562 тыс. руб.

3. Вероятная прибыль

$$\text{ПБ} = 147\ 008 - 61\ 200 - 562 = 85\ 246 \text{ тыс. руб.}$$

2) Для того чтобы снизить затраты на сырье. Нужно сменить поставщиков. Говядина и свинина являются дорогим сырьем, потому что продаются по высокой цене, и требуется большое количество для производства.

Поэтому можно предложить кроме официальных поставщиков покупать мясо у населения, потому как они не будут устанавливать цену больше рыночной. Обязательно руководитель организации должен требовать у продавцов документы, доказывающие здоровье животного. Так как таких людей в районе достаточно, можно предполагать, что эти рекомендации принесет АО Санаторий «Янган-Тау» экономию и создаст определенный запас сырья на организации. Расчет суммы сырья для колбасного цеха приведен в таблице 19.

Таблица 19 – Расчет суммы сырья для колбасного цеха

Название	Цена за кг. До внедрения, руб.	Сумма сырья для 210 тонн	Цена за кг. после внедрения, руб.	Стоимость сырья после внедрения для 220 тонн, руб.
Говядина	175	36 750	170	37 400
Соль пищевая	5,0	1 050	5,0	1 100
Мука пшеничная	10	2 100	10	2 200
Свинина	180	37 800	175	38 500
Клипсы	0,1	21	0,1	22
Оболочка	5	1 050	5	1 100
Петли колбасные	0,1	21	0,1	22
Чеснок	75	14 700	70	15 400



## Окончание таблицы 15

Название	Цена за кг. До внедрения, руб.	Сумма сырья для 210 тон	Цена за кг. после внедрения, руб.	Стоимость сырья после внедрения для 220 тонн, руб.
Крахмал	20	4 200	20	4 400
Конина	190	39 900	185	40 700
Черный перец	110	23 100	110	24 200
Лук свежий	20	4 200	15	3 300
Красный перец	110	23 100	110	24 200
Итого на объем производства	-	187 997	-	192 544
На 1 кг. сырья	-	89,52	-	87,52

Из таблицы можно увидеть при снижении цен на сырье, затраты на 1 кг. продукции составит 87,52 рублей, на 2 рубля меньше чем до внедрения.

3 Организация полноценной службы маркетинга на предприятии для услуг АО Санаторий «Янган-Тау».

Для увеличения рентабельности колбасных продуктов предложены рекомендации по улучшению маркетинга в организации.

На данный момент времени АО Санаторий «Янган-Тау» имеет один отдел продаж, который не в состоянии решать всю проблему, связанных с правильным позиционированием, продвижением собственной продукции на местный рынок. Эти и другие задачи необходимо доверить решать полноценной службе маркетинга.

Таким образом, необходимо создать отдел маркетинга, который будет заниматься проведением следующих рекомендаций, которые позволят ему укрепиться на местном рынке и увеличить объемы производства, что в конечном результате приведет к снижению себестоимости выпускаемой продукции.

Это означает, что организацию можно предложить проработать мероприятия по увеличению продаж продукции и получению прибыли.

Например, для того, чтобы привлечь новых покупателей нужно больше уделить внимание на рекламу продаваемой продукции.

Главным недостатком предприятия рекламной компании торговой сети оказывается отсутствие, а организационном разделе маркетинга и сотрудника по рекламе.

Для нового сотрудника, как и для главного бухгалтера, будет использоваться премиальная повременная система оплаты труда, в основе которой лежит оклад. Мотивация работника влияют на повышение продаж, а не только навыки и опыт специалиста. Мотивировать специалиста проводить работу по поддержанию и повышению количества заказов можно следующими материальными способами к окладу работника установить вознаграждение который приведен в таблице 20.

Таблица 20 – Структура вознаграждения за сверхурочную работу

Оклад, руб.	Условия вознаграждения	Вознаграждения		Итого, руб.
		проценты	руб.	
8 000	За выполнения плана	15	1 200	9 200
8 000	За перевыполнения плана	20	1600	9 600

В целях продвижения продукции, можно предложить следующие мероприятия:

- бегущая строка на телеканале;
- рекламные видеоролики на YouTube.

Данная реклама будет эффективна в том случае, если: товар занимает центральное место в сюжете; герои ролика ассоциируются с товаром/компанией; видеоролик не оскорбляет чувства аудитории.

– бегущая строка на телеканале, 32 выхода/день в среднем цена составляет 360 руб., следовательно, стоимость рекламы в год составит (при запуске рекламы 7/7 дней)  $360 \cdot 180 = 64800$  руб.

– реклама на YouTube. Для данного вида рекламы нужно сначала создать ролик, средняя стоимость изготовления которого составляет 2000 руб., затем запустить его, примерно 6000 руб.

Итого:  $6000 * 12 + 2000 = 74000$  руб.

Вывод по разделу два:

В разделе данном было рассмотрено мероприятия по увеличению уровня реализации продукции и услуг на примере ОА Санаторий «Янган-Тау», можно сделать вывод о том, что план по продажи ассортимента колбасных продуктов выполнен на 100%, а по структуре на 70,23%. Проведя анализ ABC и XYZ было установлено, что все продукции АО Санаторий «Янган-Тау» пользуется стабильным спросом в любое время года, резких перемен не наблюдается.

Выручка услуг в 2018 году выше чем в 2017 году на 520 тыс. руб. наибольшую прибыль принесла услуга «пресные ванны» - 6 525 тыс. руб.

Для увеличения продаж продукции и услуг были предложены следующие рекомендации:

– внедрение нового оборудования, с помощью нововведения организация может получить вероятную прибыль – 85 246 тыс. руб.;

– поиск новых поставщиков, покупка продукции у населения смогла сэкономить затраты на 1 кг. продукции составит 87,52 рублей, на 2 рубля меньше чем до покупки у старых поставщиков;

– улучшить работу маркетинга, с помощью рекламы продукции и услуги АО Санаторий «Янган-Тау» может продаваться лучше, чем без соответствующей информацией.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проделанной работы можно сделать вывод, что анализ структуры и ассортимента продукции является очень сложным и многосторонним этапом, осуществление которого обеспечивает развитие различной информации для создания рекомендаций ее продаж.

В выпускной квалификационной работе проведен анализ объемов производства и реализации продукции. Анализ проводился на основе показателей работы АО Санаторий «Янган-Тау» за 2017-2018 гг.

Выбор темы для работы был определен, ее актуальностью в современных развивающихся рыночных отношениях.

Объект финансово-хозяйственной деятельности АО Санаторий «Янган-Тау».

Санаторий работает на основании Устава, за результаты своей хозяйственной деятельности и выполнение обязательств отвечает перед потребителями, поставщиками и банком. По результату финансового состояния организации по данным 2017-2018гг., сделан вывод о результате финансового анализа:

– Анализ структуры. Не на 100% выполняется план по структуре – 70,23%.

– Анализ ассортимента. План по ассортименту, в отличие от структуры выполняется на 100%.

– Анализ ABC и XYZ. С помощью этих методов анализа, определили какая продукция более востребована, и какая менее пользуется спросом у потребителей.

Так же выполнен анализ по ассортименту услуг.

По анализу продаж определили, что из всех видов услуг, какие предлагает АО Санаторий «Янган-Тау» с высокой долей пользуется водолечебница.

Выручка по сравнению с 2017г. в 2018г. увеличилась на 520 тыс. руб.

– Провели факторный анализ продаж продукции. Из анализа выяснили, что для улучшения реализации продукции и услуг необходимо улучшить качество и снизить себестоимость продукции и услуг АО Санаторий «Янган-Тау».

В качестве решения, поставленных задач были предложены следующие рекомендации:

– Для снижения себестоимости внедрение нового оборудования, чья производительность выше, чем в старом оборудовании. После внедрения нового оборудования вероятная прибыль составит – 85 246 тыс. руб.

– Сменить поставщика. Были предложены рекомендация закупать мясо у населения по сниженным ценам.

– Улучшить службы маркетинга. Нанять нового сотрудника, занимающейся продвижением продукций и услуг АО Санаторий «Янган-Тау».

В ходе выполнения работы были выполнены задачи, и достигнута цель - разработка рекомендаций по обеспечению роста реализации продукции и услуг в АО Санаторий «Янган-Тау».

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1 Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]: ФЗ от 30.11.1994 № 51-ФЗ по сост. на 03.06.2018 г.: принят Гос. Думой 21.10.1994 г. // СПС «Гарант» (дата обращения 15.01.2020).

2 О бухгалтерском учете [Электронный ресурс]: Федер. закон от 06.12.2011 г. № 402-ФЗ по сост. на 26.07.2019 г.: принят Гос. Думой 22.11.2011 г.: одобрен Советом Федерации 29.11.2011 г. // СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения 19.01.2020).

3 Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» (ПБУ 4/99) [Электронный ресурс]: приказ Минфина РФ от 06.07.1999 г. № 43н по сост. на 29.01.2018 г. // СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения 03.03.2020).

4 Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Учет материально-производственных запасов" ПБУ 5/01" [Электронный ресурс]: приказ Минфина РФ от 09.06.2001 N 44н (ред. от 16.05.2016) // СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения 08.03.2020).

5 Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99 [Электронный ресурс]: приказ Минфина России от 06.05.1999 г. № 32н по сост. на 06.04.2015г. зарег. в Минюсте России 31.05.1999 г. № 1791 // СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения 15.03.2020).

6 Акимова Е.В., Планирование производства - путь к успешному бизнесу // «Планово-экономический отдел». – 2016. - № 5.- С. 18–32 с.

7 Алейников Ю.В., Минаева О.А. «Разработка мероприятия по увеличению объема производства и реализации предприятия»: Под редакцией Г.С. Мерзликиной- 2018.

8 Александров, О.А. Экономический анализ: Учебное пособие / О.А. Александров. – М.: Инфра-М, 2016. – 334 с

9 Алябьева, М.В. Экономический и маркетинговый анализ в системе обеспечения экономической безопасности предприятия и его совершенствование: Монография / М.В. Алябьева, В.Г. Владимирова. – М.: Русайнс, 2018. – 336 с.

10 Белоусова Н.В. Учет реализации готовой продукции. – Форум молодых ученых. 2018. № 5-1 (21). С. 490-495 с.

11 Бобошко, Н.М. Финансово-экономический анализ: Учебное пособие / Н.М. Бобошко и др. – М.: Юнити, 2016. – 383 с.

12 Бариленко В.И. Комплексный анализ хозяйственной деятельности: учеб. / под ред. В. И. Бариленко. М.: Издательство Юрайт, 2019. – 455 с.

13 Васильева, Л.С. Финансовый анализ: учебник / Л.С. Васильева, М.В. Петровская – М; КНОРУС, 2012 – 544с.

14 Войтоловский Н.В. Экономический анализ в 2 ч. Часть 1: учеб. / под ред. Н. В. Войтоловского, А. П. Калининой, И. И. Мазуровой. – 6-е 55 изд., перераб, и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 269 с.

15 Гавель О.Ю Бариленко В.И.. Экономический анализ в схемах и определениях / М.: Русайнс, 2018. – 384 с.

16 Гарнова А.П. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учеб. – М.: ИНФРА – М, 2016. 366 с.

17 Герасимова, Е.Б. Экономический анализ. Задания, ситуации, руководство по решению: Учебное пособие – М.: Форум, 2016. – 64 с.

18 Гудыма Д.А., Чиркина М.Ю. Анализ и диагностика затрат на производство и продажу продукции, товаров и услуг: учебное пособие – М: 2017. – 166-175 с.

19 Глазов М.М., Фирова И.П., Петрова Е.Е. «Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности», «Комплексный экономический анализ финансовой деятельности» и «Анализ финансовой отчетности»: учеб. пособие / Под ред. М.М. Глазова. – СПб: Астерион, 2013. – 286 с.

20 Горина А.П. Ассортиментная политика фирмы в условиях альтернативного выпуска / Контентус. 2019. № 11. С. 183 – 189.

- 21 Ерофеева В.А., Бухгалтерский учет с элементами налогообложения, СПб: 2012.
- 22 Ефимова, О.В. Анализ финансового положения предприятия учебник / О.В. Ефимова – М. 2014 – 447 с.
- 23 Ефимова, О.В. Анализ рентабельности капитала / О.В. Ефимова // – 2015.
- 24 Ибрагимова Э.И. Учет выпуска и реализации готовой продукции. – В сборнике: Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации Сборник статей XII Международной научно-практической конференции. В 4-х частях. 2017. С. 68 – 70.
- 25 Канке А.А., Кошечая И.П. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие. – 2-е изд. – М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА – М, 2013. – 288 с.
- 26 Ковалев, В.В. Анализ средств предприятия и их использования – 2015. – №10 – 15.
- 27 Каримова Э.Я. Реализация готовой продукции с использование интернет-канала распределения, – Высшая школа. 2016. № 18. С. 4 – 7.
- 28 Карзаева Н.Н, Т.А. Бельтова // Товары и расходы на продажу. Бухгалтерский учет, – №24, 2013.
- 29 Камаев, В.Д. Основы экономической теории: учебник – М: Издательство МГТУ им. Баумана 2014 – 760 с.
- 30 Керзина Е.А., Кулябина С.В., Фомина Ю.В. Реализация и учет готовой продукции, – Современные исследования социальных проблем. 2012. № 4 (12). С. 32 – 35.
- 31 Кондраков Н.П., Бухгалтерский учет и финансовый анализ для менеджеров, изд-во «Дело», – М: 2012.
- 32 Кодатский, В.А. Затраты и прибыль – 2015. – №2.
- 33 Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. В 2 ч. Ч. 1: учеб. / О. А. Толпегина, Н. А. Толпегина. – 2-е изд., перераб, и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 363 с.



34 Кравчак В.Г., Нужная О.А. Факторы влияния и методика факторного анализа прибыли от реализации готовой продукции, – В сборнике: Молодые ученые о современном состоянии контрольно-учетной и аналитической деятельности в рыночной экономике Сборник научных статей. Под общей редакцией Т. Г. Шешуковой; Пермский государственный национальный исследовательский университет. Пермь, 2015. С. 41 – 46.

35 Ланина, И. Документы для бухгалтера [Текст] // Финансовая газета. Региональный выпуск. – 2015.

36 Либерман И.А. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности: учеб. пособие – М.: ИЦ РИОР, 2016. – 220 с.

37 Логвин Д.Д., Зуева О.В. Проблемы выпуска и реализации готовой продукции, – В сборнике: Теоретические и практические подходы решения проблем в области финансов, учета и анализа экономических систем Материалы Всероссийской научно – практической конференции. 2017. С. 61-67.

38 Мазуренко А.А., Зарубежный бухгалтерский учет и аудит, – изд-во «Кнорус», – М: 2012.

39 Муравицкая Н.К., Г.И. Лукьяненко. Бухгалтерский учет: Учебное пособие для студентов вузов, изд-во «Кнорус», – М: 2015.

40 Николаева, Г.А., Блицау, Л.П. Бухгалтерский учет в торговле [Текст] / Г.А. Николаева, Л.П. Блицау. – М.: Приор-издат, 2014. – 352с.

41 Магурина Л.И. Бухгалтерский учет операций с готовой продукцией // Главбух, N 2, 2018 г.

42 Мурашкина А.Е. Проблема выпуска и реализации готовой продукции, - В сборнике: дни науки – 2017 Сборник научных трудов по результатам XXIII научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. 2017. С. 409 – 412 с.

43 Никоноров Ю.В. Методология анализа реализации продукции // Экономический анализ. Теория и практика, N 3, 2018 г.

44 Овчарова Е.Л. Организация учета готовой продукции // Главбух, N 3, 2018 г.  
Попова О.В. Учет реализации продукции (работ, услуг) // Бухгалтерский учет, N 17, 2017 г.

45 Омардибирова М.С., Ибрагимова Х.А. Анализ реализации готовой продукции организации, – Актуальные вопросы современной экономики. 2019. № 3–1. С. 280 – 283 с.

46 Радова М.И. Учет готовой продукции // Финансовая газета. Региональный выпуск, N 4, 2018 г.

47 Ракитина М.Ю. Учет движения готовой продукции на промышленных предприятиях // Российский налоговый курьер, N 17, 2017 г.

48 Самохина Г.В. Бухгалтерский учет. – М.: Эко перспектива, 2016 г

49 Сайфутдинова Л.Р., Курбангалеева А.З. Учет готовой продукции и ее реализация в сборнике: Закономерности и тенденции развития современного общества: экономические, социальные, философские, политические, правовые аспекты Материалы Международной научно-практической конференции. 2014. С. 131 – 133.

50 Савицкая В.Г. Анализ хозяйственной деятельности: учеб. – 2-е изд., испр, и доп. – Минск: РИГТО, 2014. – 367 с.

51 Сафонов Г.А. Организация учета и контроля реализации готовой продукции и анализа финансовых результатов от реализации. – Монография / Москва, 2010 с.

52 Скворцов Н.Д. Бухгалтерский учет. – М.: Риск, 2007.

53 Сергеев И.В. Бухгалтерский учет. – М.: Эльф – ЛТД, 2017 г.

54 Сивчик Л.Г., Толкач Г.В., Щитникова И.В. Бухгалтерский учет. – М.: Экоперспектива, 2006 г.

55 Сигидов Ю.И., Бухгалтерский учет и анализ. – Москва, сер. высшее образование: Бакалавриат 2016.

56 Седина Л.Г. Бухгалтерский учет. – М.: Экономика, 207 г.

57 Самонин А.И. Учет продаж // Расчет, N 6, 2018 г.

58 Церпенто С.И., Теория Бухгалтерского учета: учебное пособие для студентов вузов, изд-во «Кнорус», – М: 2014.

59 Чечевицына Л.Н., К. В. Чечевицын Анализ финансово–хозяйственной деятельности: учеб. – Изд. 6-е, перераб. – Ростов н/Д.: Феникс, 2013. – 368 с.

60 Чуева Л.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учеб. – М.: Дашков и К, 2013. – 348 с.

61 Фатхутдинов Р. Стратегический менеджмент – М: Дело, 2009 – 448 с.

62 Шахманова Г.Д., Мерджанова Л.З. Учетная политика в части выпуска и реализации готовой продукции Таврический научный обозреватель. 2016. № 5–1 (10). С. 341-343.