

# Курсовая работа

по Анализ финансово-хозяйственной деятельности  
дисциплине/междисциплинарному курсу

Тема: Анализ реализации продукции  
тема работы

Выполнил(а) студент(ка) 3 курса, группы \_\_\_\_\_  
Место для ввода текста.  
\_\_\_\_\_ фамилия имя отчество

Руководитель работы \_\_\_\_\_  
ученая степень, звание, фамилия и инициалы руководителя  
курсовой работы от Колледжа

Рецензия \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ актуальность, цели, достоинства и недостатки курсовой работы, оценка в баллах

Проверил \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ Оценка. Подпись руководителя работы  
« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

Пермь 20

## Введение

Экономический анализ хозяйственной деятельности как наука представляет собой систему знаний, связанную с исследованием взаимозависимости экономических явлений, выявлением положительных и отрицательных факторов и измерением степени их влияния, резервов, упущенных выгод, изучением тенденций и закономерностей в деятельности организации.<sup>1</sup>

Реализация продукции – это количество продукции, за которую поступили денежные средства в кассу или на расчетный счет, чеки, векселя.

Выручка от реализации продукции – определяется в действующих ценах реализации. Она включает стоимость реализованной (отгруженной и оплаченной покупателями) продукции.

Размер выручки определяется внутренними и внешними конъюнктурными факторами. Резервы увеличения производства и выручки от реализации продукции определяется, прежде всего, первой группой факторов.

Среди них: структура и качество товарной продукции; обеспеченность предприятия производственными ресурсами и эффективность их использования: ритмичность производства и изменение остатков продукции на складах и отгруженной покупателям.<sup>2</sup>

Актуальность данной темы заключается в том, что рассмотрение показателей реализации продукции является важной составной частью анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Объект исследования в курсовой работе – ООО «Переяславский» Молочный комбинат.

---

<sup>1</sup> Кадочникова К. С. Анализ уровня производства и реализации продукции. –М. Лаборатория Книги, 2011. - 117с.

<sup>2</sup> Зубарева Ирина Анализ реализации продукции предприятия. –М. Лабораторная Книги, 2010. – 111с.

Предмет исследования - анализ реализации продукции.

Целью написания курсовой работы является совершенствование анализа реализации продукции предприятия. Из поставленной цели вытекают следующие задачи:

- ознакомиться с ролью сбыта продукции для предприятия, организацией оперативно-сбытовой работы;

- изучить значение и задачи анализа организации работы по сбыту продукции;

- провести комплексную экономическую оценку производственно-финансовой деятельности предприятия;

- проанализировать организацию работы по сбыту продукции ЗАО «Переяславский»

- проанализировать эффективность результатов по сбыту продукции ЗАО «Переяславский»

- предложить методы совершенствования работы по сбыту продукции ЗАО «Переяславский»

## Глава 1

Существует множество определений анализа. Однако остановимся на трех определениях, которое взаимно дополняют друг друга:

1. в Большой Советской энциклопедии анализ (греч. Analysis)- процедура мысленного, а также реального расчленения предмета явления, процесса. Процедурной обратной анализу является синтез, с которым анализ часто сочетается в практической или познавательной деятельности.

2. в малом энциклопедическом словаре Брокгауза и Ефрона анализ –разложения целого на составные части и метод мышления, с помощью которого изучают причины.

3. в Internet (глоссарий. ru) анализ – метод научного исследования явлений и процессов, в основе которого лежит изучение составных частей, элементов изучаемой системы. Анализ служит отправной точкой прогнозирования, планирования и управления объектами.

Следовательно, анализ- метод научного познания с помощью разложения исследуемого объекта на составные элементы. В учебном пособии авторы будут рассматривать экономический анализ на микроэкономическом уровне управления, т. е. уровне комплексов, отдельных организаций и их структурных подразделений.

Дадим также определение диагностики финансовой хозяйственной деятельности. Диагностика деятельности предприятия или ситуационный анализ- первый вид предприятия, т. е. выявляющий обстоятельства, воздействующие на весь ход его производственной, инвестиционной и финансовой деятельности.

Экономический анализ изучает финансово-хозяйственную деятельность организации комплексно и системно с целью выявления резервов ее повышения и занимает промежуточное место между сбором и обработкой информации и принятием управленческих решений.

Следовательно, анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности организации комплексное изучение финансово-хозяйственной

деятельности организации с целью объективной оценки ее результатов, финансовой устойчивости и ликвидности для дальнейшего развития, и повышения конкурентоспособности.<sup>3</sup>

Реализованная продукция - это стоимость выражения объема продукции, которая не только отгружена, но и оплачена покупателем в отчетном периоде, независимо от того, когда она была произведена. В неё может включаться часть стоимости товарной продукции предшествующего периода, оплата за которую произведена в текущем периоде. В объем реализованной продукции включается стоимость готовых изделий, полуфабрикатов собственного производства и работ промышленного характера, реализованных в отчетном периоде на сторону. В объем реализованной продукции не включается стоимость продукции, отпущенной на промышленно-производственные нужды других производственных единиц этого же объединения.

Реализованная продукция равна товарной продукции за вычетом изменения остатков неотгруженной готовой продукции и изменения остатков отгруженной, но неоплаченной покупателем продукции.

$$РП=ТП-ΔГП± Сальдо платежей,$$

где РП- реализованная продукция;

ΔГП- остатки готовой продукции.<sup>4</sup>

Продукция предприятия стоимостные показатели учитываются в оптовых ценах предприятия (без НДС, акцизов и других косвенных налогов). Для оценки продукции предприятия используется действующие оптовые цены – цены, принятые в плане и сопоставимые.

Действующими считаются цены, по которым реализуется продукция в каждый данный момент или период времени. Учитывая возможность

---

<sup>3</sup> Неяскина, Е. В. Экономический анализ деятельности организации: учебник для акад. Бакал. / Е. В. Неяскина, О.В. Хлыстова. Изд. 2-е, перераб. И доп.-Москва; Берлин; Директ-Медия, 2020. – 400 с.

<sup>4</sup> Плеханова, Т. И. Социально-экономическая статистика: учеб. пособие для вузов/ Т.И. Плеханова, Т.В. Лебедева; Оренбургский гос. ун-т.- Оренбург: ОГУ, 2013.-345с.

изменения действующих цен в течение месяца, квартала или года на предприятии считается среднедействующая цена за любой отчетный период. Цены, принятые в плане, - цены, действовавшие в момент составления плана.

Сопоставимыми (неизменными) считаются цены, принятые за неизменные в течение ряда лет. В действующих ценах учитывается продукция предприятия (товарная и реализованная) для определения финансовой результатов работы (прибыли от производства и реализации продукции). В ценах, принятых в плане, планируется и учитывается продукция предприятия для определения степени выполнения плана. В сопоставимых ценах учитывается продукция предприятия для изучения динамики физического объема продукции.

Таблица 1

Стоимостные показатели продукции

Виды продукции по степени готовности и по назначению	Валовой оборот	Валовая продукция	Товарная продукция	Реализованная продукция
1.Готовая продукция	Входит	Входит	Входит	Оплаченная
2.Полуфабрикаты собственного производства	Входит	Произведенные потребленные на собственные нужды	Предназначенные к реализации	Оплаченная
3.Незавершенное производство	Остаток на конец - остаток на начало	Остаток на конец – остаток на начало	-----	-----
4.Продукция побочных цехов	Выходит	Как полуфабрикаты	Как полуфабрикаты	Оплаченная
5.Продукция побочных цехов	Входит	Входит	Входит	Оплаченная
6.Работы промышленного характера	Входит	Входит	Входит	Оплаченная

Поскольку объем реализации – это конечный результат деятельности предприятия как производственного комплекса, анализ выручки проводят как по предприятию в целом, так и разрезе его структурных подразделений или видов продукции, а также по его обособленным хозяйственным единицам, ведущим самостоятельную производственную деятельность. Разумеется, такой анализ имеет смысл только в том случае, когда в финансовых потоках всего предприятия можно вычленить выручку конкретного подразделения, а также если величина этой выручки существенна для предприятия в целом. Как и при анализе производства продукции, анализ выручки потребует существенных затрат времени сотрудников как аналитических служб, так и линейных подразделений.

Большое аналитическое значение имеет анализ объема реализации для предприятий, имеющих организационную структуру. Сравнительный анализ выручки различных подразделений может дать более обоснованные выводы относительно эффективности работы филиалов или цехов, чем анализ прибыли, вклада и других показателей финансовой результативности.

Инструментом анализа финансово-хозяйственной деятельности экономического субъекта является бухгалтерская отчетность. И первое, что следует выяснить, приступая к анализу реализации, - это принцип регистрации выручки. В практике российского бухгалтерского учета есть два основных способа регистрации выручки – реализация признается на момент оплаты или на момент отгрузки продукции.<sup>5</sup>

**Анализ реализации** продукции проводят каждый месяц, квартал, полугодие, год. В процессе его проведения сравнивают фактические данные с плановыми и предшествующим периодом. Рассчитывают процент выполнения плана, абсолютное отклонение от плана, темпы роста и прироста.

---

<sup>5</sup>Алексеева Л.П. Анализ объемов реализации продукции организации.-М.:Лаборатория Книги,2010.-359с.

Для анализа выполнения плана по объему реализации продукции составляется баланс товарной продукции в двух оценках: по себестоимости и по отпускным ценам. Балансовое управление имеет вид:

$$РП = ГП_{\text{зап. I}} + ВП - ГП_{\text{зап. II}},$$

где РП - объем реализованной продукции;

ГП<sub>зап. I</sub>, ГП<sub>зап. II</sub> - запасы готовой продукции на начало и конец периода соответственно;

ВП - объем выпуска продукции за период.

Анализ реализации продукции тесно связан с **анализом выполнения договорных обязательств** по поставкам продукции. При этом определяется коэффициент выполнения договорных обязательств (Кд):

$$Кд = (ВП_0 - ВПн) : ВП_0,$$

где ВП<sub>0</sub> - плановый объем продукции для заключения договоров;

ВПн - недопоставка продукции по договорам.<sup>6</sup>

Глава 2 Анализ реализации продукции ЗАО «Переясловский молочный комбинат»

---

<sup>6</sup> Электронный источник: <https://www.cfin.ru/finanalysis/grisheko/02.shtml>

2.1 Общая характеристика предприятия Закрытого акционерного общества «Переясловский молочный комбинат».

ЗАО "ПМЗ" зарегистрировано по адресу: 682910, край Хабаровский, р-н Имени Лазо, рп. Переяславка, ул. Обходная, д. 29.

Основным видом деятельности ЗАО «ПМЗ» является производство питьевого молока и питьевых сливок. Вид деятельности (по ОКВЭД): 10.51.1 - Производство питьевого молока и питьевых сливок

История «Переясловского молочного комбината» как предприятия пищевой промышленности Хабаровского края начинается с 1938 г.

ЗАО «ПМЗ» — крупнейший производитель молочной продукции в Хабаровском крае (более 50% от объема молочной продукции по данным ФАС).

ЗАО «ПМЗ» выпускает продукцию молочной переработки по 40 ассортиментным позициям. Товарный ассортимент представлен двенадцатью ассортиментными группами: молоко, сметана, творог, кефир, творожная масса, творожная паста, варенец, ряженка, сыворотка, йогурт, масло сливочное, вода питьевая.

ЗАО «Переяславский молочный завод» включает в себя:

- комплексы по стерилизации и розливу молока в пакеты;
- аппараты по розливу пастеризованного молока в упаковку (2500 л/час);
- аппараты для выдува ПЭТ-бутылок для розлива молока;
- аппарат для фасовки творога в пакеты;
- термоформовочный аппарат для производства пластиковых контейнеров для фасовки творога;
- аппарат для фасовки творога в пластиковые контейнеры;
- автоматическая линия по производству классического творога.

ЗАО «Переяславский молочный завод» инвестирует 812 млн руб. в комплекс

по выращиванию нетелей и производство 4,8 тыс. т молока в год в селе Георгиевка.

Сейчас предприятие перерабатывает до 250 тонн молока в сутки.

2020 год:

Объем переработки молока, тонн: 1176

Деятельность предприятия осуществляется на основании Устава .

Источники информации, для выполнения работы: плановые и оперативные планы-графики, данные текущей и годовой отчетности (ф.1-П «Отчет предприятия (объединения) по продукции, ф. № 1 «Баланс предприятия», ф. № 2 «Отчет о прибылях и убытках»; данные текущего бухгалтерского и статистического учета (ведомость №16 «Движение готовых изделий, их отгрузка и реализация», журнал ордер №1, карточки складского учета готовой продукции и др.)

Стоимость на продукцию ЗАО «ПМЗ» указывается в прайс - листе предприятия:

Таблица2

Наименование	Жир.	Страна	Срок реализ.	Ед.изм.	Упаковка	Цена
Молоко Пестровка 3,2% 1000мл ТБА	3,2%	Россия	180	кор	12 шт	92,23
Молоко для капучино 3,2% 1л MultiCool ТБА	3,2%	Россия	180	кор	12 шт	89,10
Молоко ультрапастеризованное м.д.ж. 2,5% “Лазовское” 900мл ТФА	2,5%	Россия	180	кор	12 шт	72,68
Молоко ультрапастеризованное	3,2%	Россия	180	кор	12 шт	78,06

м.д.ж. 3,2% "Лазовское" 900мл ТФА							
Молоко пастеризованное м.д.ж. 3,2% "Лазовское" 1000мл поли-пак	3,2%	Россия	7	кор	20 шт	77,70	
Молоко пастеризованное м.д.ж. 3,2% "Лазовское" 500 мл поли-пак	3,2%	Россия	7	кор	40 шт	40,29	
Молоко пастеризованное м.д.ж. 3,2% "Лазовское" 1000мл пюр-пак	3,2%	Россия	10	кор	6 шт	86,06	
Молоко пастеризованное м.д.ж. 3,2% "Лазовское" 500 мл пюр-пак	3,2%	Россия	10	кор	6 шт	44,75	

Контракты и договоры заключенные на поставку продукции ЗАО  
«Переясловский молочный завод»

Таблица 3

Наименование заказчика (контрагента)  № в реестре контрактов	Наименование продукции	Сумма контракта (договора)	дата
<a href="#">2270700570517000001</a>  КГБУ БИКИНСКИЙ РЦДПОВ	Ряженка и варенец	521920,00	30.12.2016
<a href="#">2270700570516000059</a>  КГБУ БИКИНСКИЙ РЦДПОВ	Сметана	29040	30.12.2016
<a href="#">2272100932416000090</a>	Молоко питьевое коровье	798669	12.12.2016

КГБУЗ "БЮРО СМЭ"	пастереризованное		
<a href="#">52722010548160000180000</a>	Молоко	1556726	22.01.2016
АО "ГАЗПРОМ ГАЗОРАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДАЛЬНИЙ ВОСТОК"			
<a href="#">62724132118160000400000</a>	заключение договора на поставку МТР	400004	14.01.2016
ООО "ТРАНСНЕФТЬ - ДАЛЬНИЙ ВОСТОК"			
<a href="#">52722010548160000090000</a> <a href="#">0</a>	Поставка молока в Центральный офис г. Хабаровск	550492	12.01.2016
АО "ГАЗПРОМ ГАЗОРАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДАЛЬНИЙ ВОСТОК"			

Анализ реализации продукции проведем с использованием данных бухгалтерского «Баланса предприятия» по данным, которые она представила в налоговую службу и статистическое ведомство РФ.

Таблица 4 Бухгалтерский баланс

Наименование показателя	код	31.12.2021	31.12.2020	31.12.2017	31.12.2014
Актив					
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ					
Нематериальные активы	1110	-	-		
Основные средства	1150	244953	284041	356404	349722
Финансовые вложения	1170	-	-		

Отложенные налоговые активы	1180	-	-		
Прочие внеоборотные активы	1190	233290	233290	259366	90377
Итого по разделу I	1100	478243	517331	615770	440105
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ					
Запасы	1210	6 758	8 292		187 216
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220				
Дебиторская задолженность	1230	19 024	31 173		367 164
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	30 001	30 000		
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	1 628	137		
Прочие оборотные активы	1260		813		
Итого по разделу II	1200	57 411	70415	405 778	572980
БАЛАНС	1600	<b>535 654</b>	587746	<b>1 021 548</b>	756890
ПАССИВ					
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ					
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	269	269		
Добавочный капитал (без переоценки)	1350	-	-		33 247

Резервный капитал	1360	17	17		
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	(421 927)	(364 345)	127 781*	115 357
Итого по разделу III	1300	(421 641)	(364 059)	128 067	148 890
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА					
Заемные средства	1410	-	492 238	504 568*	394 764
Отложенные налоговые обязательства	1420	-	-		
Прочие обязательства	1450	-	-		3 617
Итого по разделу IV	1400	-	492 238	504 568*	398 381
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА					
Заемные средства	1510	615 534*	118 020	-	185 000
Кредиторская задолженность	1520	341 761	331 302	341 249	-
Доходы будущих периодов	1530	-	-	-	-
Прочие обязательства	1550	-	10 245	10 511	14 058
Итого по разделу V	1500	957 295*	459567	-	-
<b>БАЛАНС</b>	1700	<b>535 654</b>	<b>587 746</b>	<b>1 021 548</b>	-

Проведем анализ реализации продукции ЗАО «ПМЗ» и сделаем сравнение реализации продукции в 2017 году с 2021 годом, результаты представлены в таблице 6:

Таблица 6

Реализация продукции ЗАО «ПМЗ» тыс.руб.

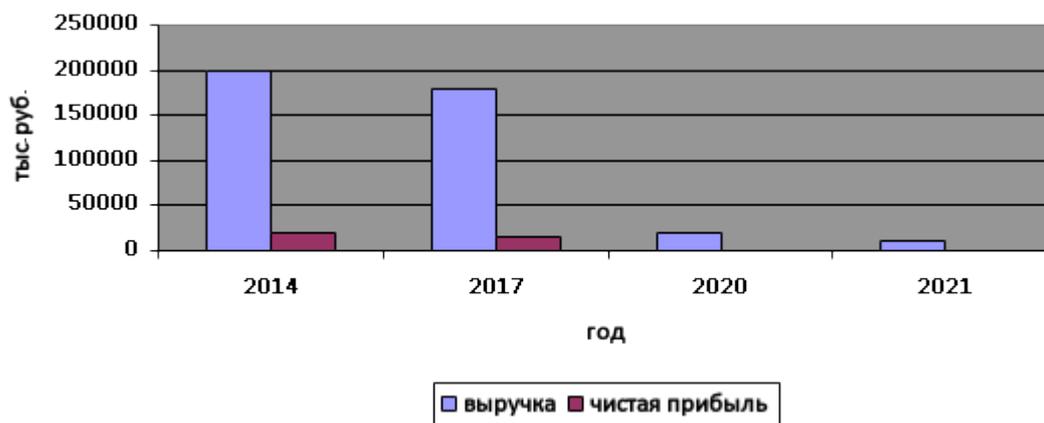
Товарная продукция	2017 год				2021 год			
	Запасы на начало периода	Запасы на конец периода	Объем выпуска за период	Реализация продукции	Запасы на начало периода	Запасы на конец периода	Объем выпуска за период	Реализация продукции
Молоко Пестравка 3,2% 1000мл ТБА	90,3	41,5	50,6	99,4	18,0	30,0	32,0	20,0
Молоко для капучино 3,2% 1л MultiCool ТБА	25,2	15,5	120,1	129,8	12,0	10,0	50,0	52,0
Молоко ультрапастеризованное м.д.ж. 2,5% "Лазовское" 900мл ТФА	20,7	13,5	38,6	45,8	14,2	10,25	44,3	48,25
Молоко ультрапастеризованное м.д.ж. 3,2% "Лазовское" 900мл ТФА	90,5	50,5	78,0	118,0	85,6	5,0	63,0	143,6
Молоко пастеризованное м.д.ж. 3,2% "Лазовское" 1000мл	15,4	10,5	55,0	59,9	20,3	8,5	67,0	78,8

поли-пак								
Молоко пастеризованное м.д.ж. 3,2% “Лазовское” 500 мл поли-пак	36,0	18,0	36,0	54,0	45,0	15,0	45,0	75,0
Молоко пастеризованное м.д.ж. 3,2% “Лазовское” 1000мл пюр-пак	80,6	20,3	77,5	137,8	30,0	15,0	55,0	70,0
Молоко пастеризованное м.д.ж. 3,2% “Лазовское” 500 мл пюр-пак	24,5	6,6	80,3	98,2	14,5	12,6	35,0	36,9

Расчет и анализ реализации продукции показал, что по некоторым позициям реализация продукции ЗАО «ПМЗ» в 2021 году возросла по сравнению с 2017 годом. Но в целом по сравнению с прошлыми периодами в 2021 году реализация снизилась.

Финансовые показатели, а также основные показатели рентабельности по годам отображены на графике 1

График 1



Анализ показал уменьшение реализации продукции с 2014 по 2021 год. Причинами уменьшения реализации молочной продукции, может быть:

- отток населения, как результат снижение реализации у локальных производителей на локальных рынках сбыта;
- неравномерностью потребления молочной продукции от 140 кг до почти 300 кг на душу населения в год, медицинская норма 325 кг в год;
- огромная нехватка сырого молока;
- слабый маркетинг и брендинг;
- неразвитость системы прямых продаж;
- длинная логистическая цепочка снабжения и сбыта.

В данный момент предприятие находится в процессе банкротства и в отношении него открыто конкурсное производство 27 июня 2021 года.

Пути решения проблем могут быть следующие:

- разработка стратегий развития и формирование современной системы продаж, с контролем полочного пространства и мерчендайзингом;

- выход в другие регионы как самостоятельно, так и через дистрибьюторов ;
- развитие систем маркетинга и брендинга;
- четкое позиционирование своих марок;
- строительство молочных ферм;
- экспорт в Китай, как ближайшую зарубежную страну, в которой ценится молочная продукция Российского производства,
- реализация современной молочной продукции (питьевые йогурты в бутылке, десерты и ложечковые йогурты, био перекусы);
- привлечение специалистов с «Запада» России;
- создание нормальной кадровой службы и службы персонала, оценивание персонала, адаптация его, создание кадрового резерва, внедрение корпоративной культуры;
- расширение взаимодействия с сетевыми супермаркетами, заключение долгосрочных контрактов.