Правительство Российской Федерации

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования

Национальный исследовательский университет

«Высшая Школа Экономики»

Факультет экономики

Кафедра бухгалтерского учета и аудита

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**

На тему: «Бухгалтерский учет и анализ продажи готовой продукции»

Студент группы № 10-Э3

Громова Мария Владимировна

Руководитель ВКР

к. эк. н., доцент

Марширова Лариса Евгеньевна

Нижний Новгород, 2014

Содержание

Введение………………………………………………………………………………….3

1. Цели, задачи, нормативная база и существующие варианты учета продажи готовой продукции……………………………………………………………………....5

1.1. Понятие готовой продукции. Цели и задачи учета продажи готовой продукции………………………………………………………………………………5

1.2. Нормативное регулирование учета продажи готовой продукции……………6

1.3. Анализ предлагаемых в специальной литературе и на практике вариантов

 учета продажи готовой продукции………………………………………………10

 2. Действующий вариант учета продажи готовой продукции на ООО «Стандартъ» и его совершенствование………………………………………………………………18

2.1. Характеристика организации и ее учетной политики………………………….18

2.2. Документальное оформление операций по учету продажи готовой продукции………………………………………………………………………………23

2.3. Отражение операций по учету продажи готовой продукции на счетах, в регистрах бухгалтерского учета и отчетности……………………………………….25

2.4. Предложения по совершенствованию учета продажи готовой продукции…29

3. Анализ продажи готовой продукции на ООО «Стандартъ»……………………37

3.1. Анализ выполнения плана по объему реализации готовой продукции……37

3.2. Анализ рентабельности ассортимента реализованной продукции………….40

3.3. Факторный анализ финансовых результатов от реализации продукции……

Заключение……………………………………………………………………………33

Список литературы……………………………………………………………………34

Приложения…………………………………………………………………………....35

**Введение**

Основой хозяйственной деятельности любого производственного предприятия является процесс производства продукции и ее реализация. Выручка от продаж готовой продукции формирует доходы от обычной деятельности организации.

Прибыль либо убыток от продаж продукции, в свою очередь, характеризует эффективность основной деятельности организации.

Таким образом, полное, точное, своевременное и достоверное отражение в бухгалтерском учете операций по продажам готовой продукции является необходимым условием для формирования результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Бухгалтерский учет и финансовая отчетность являются информационной базой анализа хозяйственной деятельности. Поэтому обеспечение пользователей полной и реальной информацией о финансовом состоянии предприятия является ключевой задачей современного бухгалтерского учета и отчетности. Информация, в которой заинтересованы ее пользователи, должна давать возможность проведения на ее основе анализа и принятия обоснованных управленческих решений.

Часто на действующих предприятиях организация учета, и в частности продаж готовой продукции, не соответствует требованиям нормативных актов Российской Федерации, поэтому представляется важным рассмотрение порядка ведения учета продаж на примере конкретного предприятия. Проведение анализа продаж готовой продукции на основании данных бухгалтерского учета и отчетности позволит сделать выводы о результатах основной деятельности и разработать предложения по улучшению учета продаж готовой продукции конкретного предприятия.

Это обусловило выбор темы курсовой работы, определило ее цели и задачи.

Целью данной работы является рассмотрение вопросов бухгалтерского учета готовой продукции, операций по ее продаже и выявления финансового результата от продажи готовой продукции, а так же проведение анализа продаж готовой продукции.

Для решения поставленной цели были определены следующие задачи:

* рассмотреть понятие готовой продукции, ее оценки, цели и  задачи ее учета;
* рассмотреть нормативную базу по учету и анализу продаж готовой продукции;
* рассмотреть варианты учета продажи готовой продукции в специализированной литературе;
* рассмотреть бухгалтерский учет продажи готовой продукции на примере ООО «Стандартъ»;
* рассмотреть порядок документального оформления операций по учету продажи готовой продукции на выбранном предприятии;
* предложить варианты по совершенствованию учета продажи готовой продукции на данном предприятии
* проанализировать выполнение плана по объему реализации готовой продукции;
* оценить рентабельность ассортимента реализованной продукции;
* провести факторный анализ финансовых результатов от продажи продукции.

**Глава 1 Цели, задачи, нормативная база и существующие варианты учета продажи готовой продукции**

**1.1. Понятие готовой продукции. Цели и задачи учета продажи готовой продукции и ее анализа**

Согласно ПБУ 5/01 «Учет материально-производственных запасов», готовая продукция является частью материально-производственных запасов, предназначенных для продажи (конечный результат производственного цикла, активы, законченные обработкой (комплектацией), технические и качественные характеристики которых соответствуют условиям договора или требованиям иных документов, в случаях, установленных законодательством). [4] Для признания материальных ценностей готовой продукцией необходимо соблюдение всех этих условий одновременно. Например, нельзя считать готовой продукцией изделия, еще не прошедшие стадию технического контроля, поскольку они могут быть возвращены для доделки. Вместе с тем, готовой продукцией являются не вообще законченные изделия, но изделия, законченные обработкой на данном предприятии. Например, предприятие выпускает предметы, являющиеся полуфабрикатами для другого предприятия. Для первого предприятия эти полуфабрикаты будут готовой продукцией.

Для организации учета продажи готовой продукции, выпускаемые изделия группируют по определенным признакам. Каждому виду изделий присваивается номенклатурный номер, который закрепляется за ним на все время производства и реализации. Классификацией, позволяющей отличать одно изделие от другого, является номенклатура-ценник. В нем указывается группа, вид каждого изделия и его отличительные признаки (артикул, марка, модель, сорт), учетные цены. Кроме того, учет ведется по укрупненным группам продукции.

Цель учета и анализа продаж готовой продукции

Целью учета продажи готовой продукции является своевременное и полное отражение на счетах бухгалтерского учета информации об отгрузке и продаже готовой продукции в организации, а так же о финансовом результате от ее продажи.

Целью анализа продаж является контроль за выполнением планов по продаже готовой продукции, а также подготовка информационно-аналитической базы для оценки качества и обоснованности плановых показателей и оптимизации управленческих решений.

Задачи учета и анализа продаж готовой продукции:

* контроль за своевременным и правильным оформлением первичных документов по отгрузке готовой продукции;
* контроль выполнения планов по объему, ассортименту, качеству выпущенной продукции и обязательств по ее поставке;
* определение влияния факторов на изменение величины этих показателей;
* контроль сохранности готовой продукции;
* выявление рентабельности всей продукции и ее отдельных видов;
* контроль своевременного поступления денежных средств от продажи продукции, сверка взаимных расчетов с покупателями;
* своевременное и достоверное выявление финансового результата от продажи (прибыль или убыток) и его учет.

**1.2. Нормативное регулирование учета продажи готовой продукции**

Учет продажи готовой продукции регулируется следующими нормативными документами:

- Федеральный закон о бухгалтерском учете № 402-ФЗ от 22 ноября 2011 г.;

- Положение по бухгалтерскому учету 5/01 «Учет материально-производственных запасов»;

- Методические указания по бухгалтерскому учету материально-производственных запасов от 28 декабря 2001 г. N 119н (на основе ПБУ 5/01);

- Положение по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации от 29 июля 1998 г. N 34н;

- Налоговый кодекс Российской Федерации (часть 2) от 19 июля 2000 года N 117-ФЗ;

- Приказ об утверждении плана счетов бухгалтерского учета финансово – хозяйственной деятельности организаций и инструкции по его применению от 31 октября 2000 г. N 94н;

- Положение по бухгалтерскому учету 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации»;

- Положение по бухгалтерскому учету 9/99 «Доходы организации».

Рассмотрим каждый документ отдельно.

В Федеральном законе о бухгалтерском учете приведены общие требования к бухгалтерскому учету и порядок его регулирования. Без знания данного нормативного акта невозможно ведение бухгалтерского учета по любому участку, поэтому необходимо включить данный документ в список нормативных документов, регулирующих учет продажи готовой продукции.

Несмотря на то, что готовая продукция является частью материально – производственных запасов, порядок ее учета существенно отличается от учета материалов, сырья и товаров. Это обусловлено тем, что в настоящее время материально-производственные запасы принимаются к бухгалтерскому учету по фактическим затратам, связанным с ее изготовлением (по фактической производственной себестоимости), согласно 5 пункту ПБУ 5/01. Причем фактическую себестоимость произведенной в течение месяца продукции по большому счету можно определить только в конце месяца, когда будет начислена заработная плата рабочим, определена стоимость затраченной электроэнергии и т.д.

С другой стороны, готовая продукция может быть реализована гораздо раньше конца месяца. В таком случае нормативными документами предусмотрены варианты учета поступившей и выбывшей со склада готовой продукции, не дожидаясь образования ее фактической себестоимости.

В пункте 203 Методических указаний по бухгалтерскому учету материально-производственных запасов, говорится: «Готовая продукция учитывается по фактическим затратам, связанным с ее изготовлением (по фактической производственной себестоимости). При этом остатки готовой продукции на складе или иных местах хранения на конец (начало) отчетного периода могут оцениваться в аналитическом и синтетическом бухгалтерском учете организации по фактической производственной себестоимости или по нормативной себестоимости. Производственная себестоимость включает затраты, связанные с использованием в процессе производства основных средств, сырья, материалов, трудовых ресурсов и других затрат на производство продукции. Нормативная себестоимость остатков готовой продукции, которая устанавливается на основании норм и нормативов, установленных в организации, также может определяться по прямым статьям затрат». [5]

В то же время пунктом 204 Методических указаний предусмотрено: «Разрешается в аналитическом бухгалтерском учете и местах хранения готовой продукции применять учетные цены. В качестве учетных цен на готовую продукцию могут применяться:

а) фактическая производственная себестоимость;

б) нормативная себестоимость;

в) договорные цены;

г) другие виды цен.

Выбор конкретного варианта учетной цены принадлежит организации». [3]

Можно заметить некоторое противоречие в пунктах 203 и 204 Методических указаний: с одной стороны готовая продукция учитывается по фактическим затратам, с другой – с использованием учетных цен. Однако п. 59 Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации гласит: «готовая продукция отражается в бухгалтерском балансе по фактической или нормативной (плановой) производственной себестоимости, включающей затраты, связанные с использованием в процессе производства основных средств, сырья, материалов, топлива, энергии, трудовых ресурсов, и другие затраты на производство продукции либо по прямым статьям затрат» [6]. То есть п. 203 несколько иными словами повторяет норму п. 59 Положения.

Таким образом, на счете 43 «Готовая продукция», а также в статье «Запасы» бухгалтерского баланса остатки готовой продукции на отчетную дату могут отражаться двумя способами:

1) по фактической производственной себестоимости;

2) по нормативной (плановой) производственной себестоимости.

Причем выбор одного из двух способов, а также методика расчета нормативной себестоимости в случае выбора второго способа должны быть зафиксированы в приказе об учетной политике.

В налоговом кодексе Российской Федерации прописан порядок оценки остатков готовой продукции. Согласно данному документу, такая оценка на конец текущего месяца производится налогоплательщиком на основании данных первичных учетных документов о движении и об остатках (в количественном выражении) готовой продукции на складе и суммы прямых расходов, осуществленных в текущем месяце, уменьшенных на сумму прямых расходов, относящуюся к остаткам незавершенного производства. Оценка остатков готовой продукции на складе определяется налогоплательщиком как разница между суммой прямых затрат на остатки готовой продукции на начало текущего месяца и на выпуск продукции в текущем месяце (за минусом суммы прямых затрат, приходящейся на остаток НЗП), и суммой прямых затрат на отгруженную в текущем месяце продукцию. [2]

Еще одним важным документом является план счетов, согласно которому, готовая продукция отражается на счете 43 «Готовая продукция». Данный счет предназначен для обобщения информации о наличии и движении готовой продукции. Этот счет используется организациями, осуществляющими промышленную, сельскохозяйственную и иную производственную деятельность. [9] Так же предприятия по необходимости могут использовать счет 40 «Выпуск продукции (работ, услуг)», который предназначен для обобщения информации о выпущенной продукции за отчетный период, а также выявления отклонений фактической производственной себестоимости этой продукции от нормативной (плановой) себестоимости. Выручка от реализации готовой продукции, себестоимость продаж, прибыль или убыток от продаж готовой продукции отражаются на счете 90 «Продажи».

В ПБУ 9/99 «Доходы организации» раскрыта информация об учете доходов от обычных видов деятельности, то есть выручки от реализации готовой продукции, а так же об учете прочих доходов.

Анализ продаж готовой продукции каждое предприятие может проводить по-своему, применяя разработанные методики анализа, либо используя свои собственные, поскольку, на сегодняшний день, не существует нормативных актов, предписывающих ведение того или иного анализа на производственном предприятии. Однако, при проведении анализа продаж готовой продукции и, особенно, при составлении планов реализации на будущий период, следует принимать во внимание нормативные акты, связанные с реализацией отдельных групп товаров. Таким примером может быть Федеральный закон «О рекламе» от 22 февраля 2006 года, который накладывает существенные ограничения на деятельность некоторых предприятий по продвижению своей продукции. Так, статья 21 главы 3 раскрывает информацию о порядке проведения рекламы алкогольной продукции, относящейся к категории отдельных видов товаров.

**1.3. Анализ предлагаемых в специальной литературе и на практике вариантов учета продажи готовой продукции**

Для анализа литературы в части бухгалтерского учета продажи готовой продукции были проанализированы три источника [12,13,18] путем сопоставления 9-ти основных критериев:

* Кондраков Н.П. Бухгалтерский (финансовый, управленческий) учет: Учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Проспект, 2012. – 504 с.;
* Бабаев Ю.А., Петров А.М., Мельникова Л.А. Бухгалтерский учет: Учебник / под ред. Ю.А. Бабаева. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Проспек, 2013. – 432 с.;
* Шеремет А.Д., Старовойтова Е.В. Бухгалтерский учет и анализ: Учебник / Под общ. ред. проф. А.Д. Шеремета. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 618 с. – (Высшее образование: Бакалавриат).

Сравнительный анализ данных источников приведен в таблице 1.

Таблица 1

|  |
| --- |
| **Сравнительный анализ учебников Кондракова Н.П.,** **Бабаева Ю.А. и Шеремета А.Д.** |
|
| № п/п | Сравниваемый показатель | Кондраков Н.П. |  Бабаев Ю.А. | А. Д. Шеремет |
| 1 | Дано определение продажи готовой продукции |  -  |  +  |  +  |
| 2 | Сформулированы цели и задачи учета продажи готовой продукции |  -  |  -  |  -  |
| 3 | Приведены ссылки на нормативные акты | - | + |  -  |
| 4 | Описан документооборот учета продажи готовой продукции | + | - |  -  |
| 5 | Описан учет отгрузки готовой продукции покупателю | + | + |  +  |
| 6 | Описан учет расходов на продажу готовой продукции | + |  +  |  -  |
| 7 | Описан учет продажи готовой продукции | - | + |  +  |
| 8 | Приведены числовые примеры по учету продажи готовой продукции | - | + |  +  |
| 9 | Приведена информация о продаже готовой продукции, подлежащая раскрытию в бухгалтерской отчетности | - | - |  +  |

Первым шагом к изучению бухгалтерского учета продажи готовой продукции и ее анализа является четкое понимание объекта исследования. Определение продажи готовой продукции сформулировано в 2х из 3-х анализируемых источников. При этом цели и задачи учета продажи готовой продукции не сформулированы ни в одном из них.

На нормативные акты ссылается только Ю.А. Бабаев, что дает этому учебнику большое преимущество, поскольку без знания норм и законов ведение бухгалтерского учета невозможно в принципе.

Документооборот так же является неотъемлемой и очень важной частью бухгалтерского учета. Однако общая схема документооборота по продаже готовой продукции описана только в учебнике Н.П. Кондракова.

Учет отгрузки готовой продукции покупателю не остался незамеченным ни одним из авторов, в то время как учет продажи готовой продукции описан только в 2х учебниках из 3х.

Учет расходов на продажу так же описан не у всех авторов. В учебнике А.Д. Шеремета говорится лишь о том, что такие расходы существуют, отражаются на счете 44 и списываются в конце месяца. Остальные авторы останавливаются на этом пункте подробнее, раскрывая возможный состав таких расходов и насыщая теорию примерами.

Говоря о числовых примерах, следует заметить, что полноценный пример по учету продажи готовой продукции с необходимыми проводками содержится внутри учебников Ю.А. Бабаева и А.Д. Шеремета. Н.П. Кондраков приводит лишь отдельные проводки в каждом пункте главы, но у него отсутствует цельный пример по отражению операций по продаже готовой продукции.

Наконец, важным является отражение информации о продаже готовой продукции, которая подлежит раскрытию в бухгалтерской отчетности. Только в учебнике А.Д. Шеремета эта информация считается существенной и подробно описана.

Анализ показал, что отражение участка бухгалтерского учета по продаже готовой продукции более полно представлено в учебнике Ю.А. Бабаева, так как кроме описания учета отгрузки готовой продукции покупателю и учета расходов на продажу, приведены ссылки на нормативные акты, даны числовые примеры и описан учет продажи готовой продукции.

**Глава 2. Действующий вариант учета продажи готовой продукции на ООО «Стандартъ» и его совершенствование**

**2.1. Характеристика организации и ее учетной политики**

В августе 2004 г. на базе Выксунского ликероводочного завода было образовано Общество с ограниченной ответственностью «Стандартъ» во главе с генеральным директором Н. Н. Простакишиным.

Предприятие по форме организации является обществом с ограниченной ответственностью, учредителем которого является ООО «Кэпитал Менеджмент»; уставный капитал составляет 60 млн. руб.

Данное предприятие имеет иерархическую структуру. Примерное число работников на 1.01.2013 года составляло 315 человек, среди которых выделяется квалифицированный и неквалифицированный персонал (табл.2).

Таблица 2

**Состав персонала ООО «Стандартъ»**

|  |  |
| --- | --- |
| Отдел | Кол-во, чел |
| Служба главного механика | 10 |
| Служба эксплуатации | 10 |
| Отдел спиртохранилища | 5 |
| Цех приготовления водок и настоек | 25 |
| Цех розлива | 160 |
| Цех водоподготовки | 5 |
| Лаборатория | 10 |
| Отдел тех. контроля  | 10 |
| Бухгалтерия | 14 |
| Финансово-экономический отдел | 3 |
| Отдел снабжения | 5 |
| Отдел трейд-маркетинга | 5 |
| Отдел продаж | 15 |
| Отдел бренд-маркетинга | 5 |
| Цех готовой продукции | 20 |
| Склад комплектующих | 5 |
| Заводоуправление | 8 |
| **Итого** | **315** |

**на 01.01.2013**

Основной деятельностью данного предприятия является производство алкогольной продукции. Компания «Стандартъ» выпускает различные марки водки высокого качества. В ассортиментный ряд компании «Стандартъ» входят следующие марки водки: «С Серебром», «Старица», «Лебединый Рай», «PLATINUM», «Студеная», «Русская Эскадра».

На сегодняшний день, основной продукт компании - водка «с Серебром», который имеет следующие характеристики:

* водка «с Серебром» не имеет аналогов по степени защищенности от подделки. Ведь подделать серебряную монетку и клеймо на ней в кустарных условиях фактически не возможно. Каждая бутылка водки «с Серебром» имеет свой индивидуальный номер, а технология изготовления охраняется патентом Российской Федерации;
* водка «с Серебром» - единственная водка в России, чья технология приготовления включает в себя постоянный контакт с серебром. На дне каждой бутылки водки «с Серебром» находится настоящая серебряная монетка 999 пробы «1 СТАНДАРТЪ»;
* водка «с Серебром» - натуральный и экологически чистый продукт. Современное оборудование и единственная в России технология гарантирует потребителю высокое качество продукта;
* водка «с Серебром» - возрождение традиций русского купечества конца XIX века по приготовлению национального напитка.

Учетная политика организации

Последняя учетная политика предприятия введена в действие с 01.01.2012 года. Бухгалтерский учет на ООО «Стандартъ» ведется с использованием специализированной бухгалтерской компьютерной программы «1-С Бухгалтерия (7.7)» на участках: материальный склад, цех розлива, цех приготовления водок, отдел сбыта, отдел кадров, бухгалтерия.

Отражением операций в 1-С по готовой продукции занимается один человек в цехе розлива (перемещение на склад готовой продукции), пять человек в отделе сбыта (отгрузка готовой продукции), три человека в бухгалтерии (учет боя, возвратов, транспортных расходов и др.).

Согласно рабочему плану счетов (Приложение 8), готовая продукция отражается на счете 43 «Готовая продукция». Учет готовой продукции ведется с использованием счета 40 «Выпуск продукции (работ, услуг)». Согласно данной учетной политике, готовая продукция отражается в корреспонденции со счетом 40 "Выпуск продукции (работ, услуг)" по плановой себестоимости. Калькуляцию плановой стоимости единицы продукции составляет экономист по каждому виду водки отдельно на основании норм расхода материалов, затрат труда и т.д., необходимых для выпуска продукции. В конце месяца фактическая себестоимость корректируется с учетом фактических затрат так, чтобы счет 40 «Выпуск продукции (работ, услуг)» закрылся. В программе 1-С эта корректировка формируется автоматически операцией «закрытие месяца» (рис. 1,2).

Фактическая себестоимость

Кредит счета 40

Положительное отклонение фактической себестоимости от плановой

Дебет счета 40

Плановая себестоимость

Положительное отклонение фактической себестоимости от плановой

Плановая себестоимость

Фактическая себестоимость

Рис. 1. Учет выпуска готовой продукции в случае превышения фактической себестоимости над плановой в соответствии с учетной политикой ООО «Стандартъ»

Плановая себестоимость

Отрицательное отклонение фактической себестоимости от плановой

Кредит счета 40

Дебет счета 40

Фактическая себестоимость

Отрицательное отклонение фактической себестоимости от плановой

Фактическая себестоимость

Плановая себестоимость

Рис.2. Учет выпуска готовой продукции в случае превышения плановой себестоимости над фактической в соответствии с учетной политикой ООО «Стандартъ»

Аналитический учет продажи готовой продукции ведется в разрезе емкости тары (0,5 л. и 0,7л.) по каждому наименованию водки и в разрезе каждого покупателя.

ООО «Стандартъ» является налогоплательщиком акциза. Подакцизными товарами являются: спирт этиловый и спиртосодержащая продукция (согласно 193 статье НК РФ ставка акциза равна 400 рублей за литр). Учет таких товаров общество в бухгалтерском учете ведет на счетах: 10.1 «Сырье и материалы» (этиловый спирт), 21 «Полуфабрикаты собственного производства» (водноспиртовая смесь, водочный слив, полуфабрикаты водок в разрезе номенклатуры), 43 «Готовая продукция» (водка).

Расходы на продажу отражаются на счете 44. К таким расходам относятся: расходы по хранению готовой продукции, расходы по заготовке и доставке готовой продукции, производимые до момента их передачи в продажу, т.е. расходы по цеху готовой продукции (счет 44-3), транспортные расходы по доставке готовой продукции от цеха готовой продукции до места продажи (счет 44-2) и др.

Отгрузка продукции покупателям производится на основании заключенных с ними договоров с определением размера оплаты между обществом и покупателями. Доставка готовой продукции до покупателя осуществляется наемным транспортом, путем заключения договоров с транспортной организацией.

Все расходы, сформированные на счете 44 «Расходы на продажу», распределяются в конце месяца на счет 90-2 «Себестоимость продаж» в полной сумме расходов, признанных в отчетном периоде.

Учет выручки от продажи готовой продукции и прочих доходов ведется в соответствии с Положением по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99.

Выручка от продажи готовой продукции признается по моменту отгрузки ее покупателю независимо от оплаты.

**2.2. Документальное оформление операций по учету продажи готовой продукции**

Достоверный бухгалтерский учет готовой продукции и операций по ее реализации возможен только при грамотной организации документооборота, который охватывает большой перечень разнообразных бланков, ведомостей, карточек и других документов.

На данном предприятии используется следующий порядок учета отпуска готовой продукции покупателям.

В отдел сбыта поступает заявка (форма разработана предприятием) от менеджера по продажам с указанием покупателя, количества отпускаемой продукции и ее вида. Представитель организации – покупателя приходит в отдел сбыта с доверенностью унифицированной формы М-2 данного предприятия, в которой приводится перечень готовой продукции, подлежащей получению. В отделе сбыта выписываются 4 накладных (приложение №1) на отгрузку готовой продукции покупателю, а так же 4 товарно-транспортных накладных, подписывают все накладные бухгалтер и директор завода «Стандартъ». В накладных указывается наименование товара, его количество к отгрузке, стоимость без НДС, сумма и ставка НДС и сумма к уплате (с НДС). Данный документ необходим, поскольку он отражает факт передачи товара покупателю.

Далее доверенное лицо покупателя идет на склад, где подпись на накладных ставит кладовщик, у которого остается экземпляр накладной. Второй экземпляр накладной представитель покупателя обязан передать в бухгалтерию. После проверки количества товара и его целостности представитель покупателя, на основании доверенности, ставит отметку «груз получил» во всех накладных.

Одновременно с накладными выписываются 2 счета-фактуры (приложение №2), которые подписывают бухгалтер и директор завода, никаких отметок о приемке груза на них уже не ставится. Счет-фактура содержит информацию о цене и количестве товара, сумме акциза и НДС. Один экземпляр остается в бухгалтерии, второй – у представителя покупателя. Счета-фактуры так же являются важными документами, на основании которых покупатель сможет возместить сумму НДС после реализации им товара.

После выписки накладных и счетов-фактур и передачи части документов на склад и в бухгалтерию, представитель организации – покупателя получает продукцию на складе и выезжает через контрольно-пропускной пункт, где он должен оставить третий экземпляр накладной. На КПП ставится штамп, свидетельствующий о том, что груз был вывезен за пределы завода и накладная с этим штампом передается в отдел сбыта.

Итогом данного документооборота является сверка полученных накладных с реестром отгруженных накладных (приложение №3), который ведется в электронном формате регистрации в программе 1-С. В данном документе отражается дата отгрузки, номер накладной, сумма отгрузки и наименование покупателя.

Периодически бухгалтерская служба совместно с другими подразделениями организации (отдел сбыта и служба охраны) осуществляют выверку данных об отпущенной со склада готовой продукции с данными о ее фактическом вывозе путем сопоставления соответствующих граф в накладных и реестра отгруженных накладных, а именно: сверяются номер документа, дата его составления, сумма к оплате и наименование покупателя. Как правило, такая проверка происходит один раз в месяц.

По итогам отчетного периода составляется бухгалтерский баланс, в котором остатки готовой продукции на конец отчетного периода отражается в строке «Запасы» раздела II «Оборотные активы», куда входит отдельный пункт «Готовая продукция» (строка 12105) на сумму стоимости остатков по плановой себестоимости. Кроме того, стоимость отгруженной продукции (за минусом суммы НДС и акцизов) отражается в отчете о финансовых результатах в строке «Выручка», себестоимость реализованной продукции отражается в строке «Себестоимость продаж», расходы на продажу готовой продукции в строке «Коммерческие расходы» не включается, а списывается в себестоимость, согласно учетной политике.

**2.3. Отражение операций по учету продажи готовой продукции на счетах, в регистрах бухгалтерского учета и отчетности**

Рассмотрим учет продажи готовой продукции за 09.01.2013 года на примере водки «С серебром» с белой этикеткой и объемом 0,7 л.

09.01.2013 произошла отгрузка партии товара (15 ящиков по 12 бутылок в каждом) торговому дому «Растяпино». Плановая себестоимость продукции составляет 79,31 руб. за единицу. Сумма за партию: 180 \* 79,31 = 14275,8 руб. за партию. Продажная цена установилась на уровне 256,78 руб. за бутылку (с 01.01.13 г. минимальная продажная цена производителя составляет 132 руб. за 0,5 л.). Отгрузка совершилась на основании товарной накладной №3 на сумму 54540 руб., в т.ч.:

* НДС: 18% \* 46220 руб. = 8319,66 руб., где 46220 руб. – стоимость готовой продукции без НДС;
* акциз (400 руб. за литр спирта крепостью выше 9% согласно 193 статье НК РФ): 400 руб. \* 180 шт. \* 40% \* 0,7 л. = 20160 руб.

Сумма акциза отдельно в накладной не выделяется, а входит в себестоимость продукции: 0,7 л. \* 0,4% \* 400 руб. = 112 руб. – сумма акциза, которая включается в стоимость одной бутылки. Сумму 20160 руб. можно увидеть в счете-фактуре в графе «сумма акциза».

Бухгалтер составил проводки (табл.3):

Таблица 3

**Журнал хозяйственных операций по учету продажи готовой продукции покупателю**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Оправдательный документ | Содержание | Дебет | Кредит | Сумма |
| 1. | Накладная, договор с покупателем | Отражена выручка от продажи готовой продукции покупателю | 62/Растяпино | 90/1 | 54540 |
| 2. | Бухгалтерская справка | Списана плановая себестоимость готовой продукции | 90/2 | 43/С серебром 0,7 | 14275,8 |
| 3. | Счет-фактура | Начислен НДС | 90/3 | 68/2 | 8319,66 |
| 4. | Счет-фактура | Начислен акциз | 90/4 | 68/3 | 20160 |
| 5. | Выписка банка, копия платежки | На расчетный счет поступили денежные средства от покупателя | 51 | 62/Растяпино | 54540 |
| 6. | Бухгалтерская справка | Списано отклонение фактической себестоимости от плановой | 90/2 | 40/С серебром 0,7 | -461,81 |

В конце месяца определена фактическая себестоимость продукции – 76,74 руб. за единицу; за партию: 180 \* 76,74 руб. = 13813,2 руб.

Отклонение фактической себестоимости от плановой:

180 \* (76,74 – 79,31) = -461,81 руб.

Рассчитанное отклонение в -461,81 руб. будет включено в общую сумму отклонений, которая рассчитывается в конце каждого месяца.

По данной партии нельзя рассчитать финансовый результат, поскольку для этого необходимо учесть счет 44 «Расходы на продажу», что для одной партии сделать крайне сложно. Поэтому определять финансовый результат можно только по итогам месяца.

В январе произошло 256 подобных отгрузок, было заполнено 256 накладных, 256 счетов-фактур (данные отражаются в реестре отгруженных накладных). Общая сумма выручки за январь составила 165 699 574,27 руб.

Посмотрим, что же включалось в январе в расходы на продажу (табл.4).

 Таблица 4

**Оборотно-сальдовая ведомость по счету 44**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Субконто | Сальдо на начало периода | Обороты за период | Сальдо на конец периода |
|   | Дебет | Кредит | Дебет | Кредит | Дебет | Кредит |
| Амортизация ОС |   |   | 22 973,10 | 22 973,10 |   |   |
| Капитальный ремонт арендуемых площадей |  |   | 2 614,66 | 2 614,66 |   |   |
| Командировочные расходы |  |   | 169 905,23 | 169 905,23 |   |   |
| Лицензионные расходы (стоимость лицензий) |   |   | 114 399,88 | 114 399,88 |   |   |
| Маркетинговые услуги |  |   | 1 229 399,14 | 1 229 399,14 |   |   |
| Налоги и сборы |   |   | 7 560,03 | 7 560,03 |   |   |
| Оплата труда коммерческого отдела |   |   | 4 075 599,98 | 4 075 599,98 |   |   |
| Охрана имущества, пожарная безопасность |   |   | 5 500,00 | 5 500,00 |   |   |
| Представительские расходы |   |   | 3 237,74 | 3 237,74 |   |   |
| Расходы на программное обеспечение |   |   | 204,26 | 204,26 |   |   |
| Расходы на рекламу |   |   | 112 237,28 | 112 237, 28 |   |   |
| Расходы, связанные с хранением и доставкой продукции |   |   | 3 019 298,74 | 3 019 298,74 |   |   |
| Связь, почтовые расходы, канцелярия |   |   | 84 927,91 | 84 927,91 |   |   |
| Списание спецодежды |   |   | 1 041,11 | 1 041,11 |   |   |
| Содержание служебных автомобилей |   |   | 8 365,00 | 8 365,00 |   |   |
| Страховые взносы коммерческого отдела |   |   | 1 133 999,65 | 1 133 999,65 |   |   |
| Уборка помещений коммерческой службы  |   |   | 12 664,80 | 12 664,80 |   |   |
| **Итого** |  |  | **10 003 928,51** | **10 003 928,51** |  |  |

Раскроем значения некоторых составляющих 44 счета. Во-первых, к расходам на амортизацию основных средств относятся расходы на амортизацию здания завода, оборудования, транспортных средств и др. Во-вторых, предприятие понесло расходы на капитальный ремонт арендуемых площадей, которые в январе 2013 г. составили всего 2614,66 руб. Такая незначительная цифра объясняется тем, что в январе была заменена дверь в отделе продаж, что бухгалтер отнес к капитальному ремонту арендуемых площадей.

Далее, командировочные расходы представляют собой в данном случае затраты на командировки сотрудников отдела продаж для налаживания партнерских отношений с дистрибьюторами.

К лицензионным расходам в январе 2013 года была отнесена покупка счетчика «Бахус Плюс», необходимого для соблюдения лицензионного требования.

К маркетинговым услугам относятся услуги маркетологов по проведению акций (исследование предполагаемых мест проведения акций и др.). Так же у предприятия были расходы на рекламу - расходы на изготовление стендов, участие в выставках и ярмарках, рекламные мероприятия в СМИ, специальные акции по продаже водки покупателям.

Представительские расходы включают в себя расходы, которые были необходимы для организации встреч с партнерами завода и подписание договоров с подрядчиками.

Расходы на программное обеспечение – оплата лицензии на программный продукт «1-С бухгалтерия».

Списывается спецодежда работников цеха линейным способом.

Таким образом, расходы на продажу в январе 2013 года составили 10 003 928,51 руб., которые в конце месяца, в соответствии с учетной политикой организации, были списаны в счет 90 «Продажи» на основании бухгалтерской справки:

Д-т: 90/2,

К-т: 44 = 10 003 928,51 руб.

Ежемесячно совокупные дебетовые обороты субсчетов 90.2 «Себестоимость продаж», 90.3 «НДС», 90.4 «Акцизы» сопоставляют с кредитовым оборотом субсчета 90.1 «Выручка» и определяют финансовый результат, который ежемесячно заключительными оборотами отражается на субсчете 90.9 «Прибыль/убыток от продаж» в корреспонденции со счетом 99 «Прибыли и убытки». По окончании каждого месяца счет 90 сальдо не имеет. Однако все субсчета имеют сальдо, величина которого накапливается с января отчетного года.

В результате по состоянию на 1 января 2013 года все субсчета счета 90 сальдо не имеют (табл. 5).

 Таблица 5

**Оборотно-сальдовая ведомость по счету 90**

**за январь 2013 г.**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Субконто | Сальдо на начало периода |  | Обороты за период |  | Сальдо на конец периода |  |
|   | Дебет | Кредит | Дебет | Кредит | Дебет | Кредит |
| 90.1 |   |   |   | 165 699 574,27 |   | 165 699 574,27 |
| 90.2 |   |   |  41 672 349,10 |   | 41 672 349,10 |   |
| 90.3 |   |   | 24 303 011,42 |   | 24 303 011,42 |   |
| 90.4 |   |   | 63 989 420,08 |   | 63 989 420,08 |   |
| 90.7 |   |   | 10 003 928,51 |   | 10 003 928,51 |   |
| 90.9 |   |   | 25 730 865,16 |   | 25 730 865,16 |   |
| **Итого** |  |  | **165 699 574,27** | **165 699 574,27** |  |  |

На счете 90/1 отражается выручка за месяц (приложение №4), которая составила 165 699 574,27 руб., на счете 90/2 – фактическая себестоимость реализованной продукции (приложение №5), равная 41 672 349,1 руб., на счете 90/3 – сумма НДС (приложение №6), составившая в январе 24 303 011,42 руб., на счете 90/4 – сумма акциза (приложение №7), которая была равна 63 989 420,08 руб., на счете 90/7 – сумма расходов на продажу, равная 10 003 928,51 руб.

Таким образом, финансовый результат за январь 2013 г. равен:

165 699 574,27 – (41 672 349,10 + 24 303 011,42 + 63 989 420,08 + 10 003 928,51) **= 25 730 865,16 руб. –** в январе 2013 года предприятие получило прибыль.

Бухгалтер составил проводку:

Д-т: 90/9,

К-т: 99 = 25 730 865,16 руб. – отражена прибыль от продаж.

 В целом, сальдо по счету 90 остатка не имеет, однако остатки на субсчетах счета 90 счета накапливаются нарастающим итогом в течение года. Обороты по счету 90 «Продажи» представлены в таблице №6.

Таблица 6

**Оборотно-сальдовая ведомость по счету 90**

**за первое полугодие 2013 г.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Субконто** | **Сальдо на начало периода** | **Обороты за период** | **Сальдо на конец периода** |
|   | Дебет | Кредит | Дебет | Кредит | Дебет | Кредит |
| 90.1 |   |   |   | 917 325 966,84 |   | 917 325 966,84 |
| 90.2 |   |   | 241 401 745,52 |   | 241 401 745,52 |   |
| 90.3 |   |   | 134 704 816,45 |   | 134 704 816,45 |   |
| 90.4 |   |   | 361 851 688,08 |   | 361 851 688,08 |   |
| 90.7 |   |   | 102 211 068,99 |   | 102 211 068,99 |   |
| 90.9 |   |   | 64 216 893,41 | 16 700 262,45 | 47 516 630,96 |   |
| Итого |   |   | 904 386 212,45 | 904 386 212,45 | 904 386 212,45 | 904 386 212,45 |

 Из таблицы видно, что предприятие за первое полугодие 2013 г. получило прибыль в 64 216 893,41 руб. и убыток в 16 700 262,45 руб. Этот убыток накапливался, начиная с марта 2013 г. Существует несколько причин, объясняющих такое финансовое положение компании. Во-первых, акциз вырос с 1 июля 2012 года на 10%, а с 1 января 2013 года увеличился еще на 33% и стал составлять 400 руб. за литр алкогольной продукции крепостью свыше 9%. Это, в свою очередь, привело к росту цен на водку. До повышения акциза цена на полке за водку «С Серебром» 0,7 л. составляла примерно 440 руб. Сейчас аналогичную бутылку водки можно приобрести в среднем за 540 руб., при этом объем налога в одной бутылке объемом 0.7 л. равен примерно 100 руб. Благодаря такому росту цен существенно выросла привлекательность контрафакта.

По данным СПАП (союз производителей алкогольной продукции) в 2013 году уровень контрафакта на рынке алкогольной продукции вырос до 60% от общего объема алкоголя. По официальным данным в 2013 году объем продажи налогооблагаемой водки упал на 36% по России, что само по себе является невозможным, поскольку история России говорит о том, что в этой стране интерес к алкогольной продукции сохранялся на протяжении многих лет и представляется маловероятным резкое падение спроса на такую продукцию, несмотря ни на какие борьбы государства. Это еще раз подтверждает то, что объем контрафакта в России вырос, что и повлияло на падение объемов продаж официальной водки, в том числе и для завода «Стандартъ».

Ожидая, что с 1 января 2013 года цены на водку вырастут, а продажи сократятся, руководство завода приняло решение активизировать маркетинговую политику, для того, чтобы как то скомпенсировать это падение. Были проведены следующие акции: при покупке 4 бутылок водки, 5 – в подарок, мотивация торговых точек путем выдачи премии за выкладку ассортимента на полки, премии продавцам за рекомендации водки завода «Стандартъ» покупателям и другие.

В итоге ни одна из этих акций не подействовала. Выяснилось, что они были интересны покупателям только в момент их проведения и не имели пролонгированного эффекта. С другой стороны, предприятие понесло существенные расходы на маркетинговую активность, которая не дала никакого эффекта.

В следующем году ожидается рост акцизов еще на 25%, что может привести к краху бизнеса.

**2.4. Предложения по совершенствованию учета продажи готовой продукции**

Порядок учета продажи готовой продукции на ООО «Стандартъ» закреплен в учетной политике предприятия, которая соответствует положениям действующих нормативных документов. Данные бухгалтерской отчетности соответствуют данным, разнесенным в учетных регистрах организации и подтверждены данными инвентаризации.

Однако в учете готовой продукции на ООО «Стандартъ», на мой взгляд, есть недостатки.

Во-первых, согласно учетной политике, все расходы, сформированные на счете 44 «Расходы на продажу», в конце месяца должны списываться в себестоимость продаж в полной сумме расходов, признанных в отчетном периоде. Однако, в оборотно-сальдовой ведомости по счету 90 «Продажи» эти расходы отражены не на субсчете 90/2 «Себестоимость продаж», а на 90/7 «Коммерческие расходы». Данное противоречие можно исправить двумя способами: изменить учетную политику предприятия, либо вести учет расходов на продажу готовой продукции в соответствии с учетной политикой.

С одной стороны, отнесение расходов на продажу в себестоимость проданной готовой продукции формирует более полную ее себестоимость. С другой стороны, списание расходов на продажу в коммерческие расходы позволяет выделить из состава полной себестоимости производственную себестоимость. Это удобно для целей экономического анализа. Поэтому мое предложение - изменить учетную политику с начала следующего года, в которой нужно зафиксировать отнесение расходов на продажу к коммерческим расходам. В ПБУ 1/2008 говорится, что изменять учетную политику можно только в некоторых случаях, к которым относится и разработка предприятием новых способов ведения бухгалтерского учета, которые позволили бы отображать более достоверное представление фактов хозяйственной деятельности. То есть, предлагаемое мною изменение учетной политики не будет противозаконным.

Во-вторых, согласно учетной политике предприятия, бухгалтерский учет готовой продукции ведется с использованием счета 40 «Выпуск продукции», который по правилам бухгалтерского учета ежемесячно закрывается на счет 90 «Продажи» и остатков не имеет. Это значит, что сумма отклонений между фактической и плановой себестоимостью готовой продукции попадает в затраты предприятия не по факту отгрузки, а по факту выпуска из производства. При этом доходы организации формируются исходя из количества отгруженной готовой продукции, а не выпущенной из производства). Таким образом, получается несоответствие текущих доходов (зависит от реализации) и расходов (зависит от количества выпущенной продукции). При анализе финансовых результатов за долгосрочный период времени (год) эти отклонения не будут иметь значения, но при анализе финансово-хозяйственной деятельности предприятия за месяц (квартал), когда объемы выпущенной и отгруженной продукции могут существенно различаться, эти отклонения будут играть большую роль.

Существующий вариант учета готовой продукции (с использованием счета 40) может искажать информацию о реальных финансовых результатах и других финансово-экономических показателях (рентабельность продукции), что, в свою очередь, может привести к неверным управленческим решениям. Например, в январе 2013 года из производства было выпущено 100 единиц продукции, а реализовано только 20 единиц. Соответственно, выручка будет отражена от 20 единиц продукции, а расходы в части отклонения фактической себестоимости от плановой от 100 единиц, что приведет к искажению реального финансового результата – в случае превышения фактической себестоимости над плановой финансовый результат будет занижен, в обратном случае - завышен. На основании такой информации руководитель может принять неверное решение, которое не будет соответствовать реальному положению дел на предприятии. Например, в случае занижения финансового результата – решение о сокращении производственных издержек или увеличении отпускных цен на готовую продукцию; в случае завышения финансового результата - принять решение о дополнительной премии персоналу или о финансировании необязательных издержек, таких как обновление вывески предприятия и т.д.

Поэтому, в целях совершенствования существующего учета готовой продукции, предложено перейти на учет готовой продукции без применения счета 40. Вместо этого счета следует открыть к счету 43 субсчета «Готовая продукция по плановой себестоимости» и «Отклонение фактической себестоимости от плановой» и ежемесячно рассчитывать сумму отклонений, приходящихся на остаток готовой продукции. Тогда в затраты текущего периода будет попадать фактическая себестоимость отгруженной продукции, которая равна сумме плановой себестоимости и отклонения фактической себестоимости от плановой, приходящегося на объем отгруженной продукции.

Пример: в январе 2013 года плановая себестоимость готовой продукции = 79,31 руб., фактическая себестоимость = 76,74 руб., цена продажи = 303 руб. (с НДС), объем выпущенной продукции за месяц = 1 200 000 штук, из них продано 900 000 штук. Сравним текущий учет готовой продукции и ее продажи и предлагаемый учет (без счета 40) готовой продукции и ее продажи (табл. 7).

Таблица 7

**Сравнение текущего и предлагаемого учета продажи готовой продукции на ООО «Стандартъ»**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Содержание операции | Текущий учет | Предлагаемый учет |
| Дебет | Кредит | Сумма | Дебет | Кредит | Сумма |
| 1 | Оприходована готовая продукция на склад по плановой себестоимости | 43 | 40 | 79,34\*1200000 95160000 | 43/плановая себестоимость | 20 | 79,34\*120000095160000 |
| 2 | Определена фактическая себестоимость выпущенной продукции | 40 | 20 | 76,74\*1200000 92088000 | -  |  - | -  |
| 3 | Списано отклонение фактической себестоимости от плановой | 90/2 | 40 | 92088000 - 95160000  - 3072000 | 43/отклонение факт. себестоимости от плановой | 20 | 92088000-95160000- 3072000 |
| 4 | Списана себестоимость отгруженной продукции | 90/2 | 43 | 79,31\*900000  71379000 | 90/2 | 43/плановая себестоимость | 79,31\*900000 71379000 |
| 90/2 | 43/отклонение факт. себестоимости от плановой | 900000\*(76,74-79,31) - 2313000 |
| 5 | Отражена выручка от продаж готовой продукции | 62/1 | 90/1 | 900000\*303 272700000 | 62/1 | 90/1 | 272700000 |
| 6 | Начислен НДС | 90/3 | 68/2 | 272700000\*18/11841598305 | 90/3 | 68/2 | 272700000\*18/118= 41598305,1 |
| 7 | Начислен акциз | 90/4 | 68/3 | 900000\*0,4\*0,7\* 400 100800000 | 90/4 | 68/3 | 900000\*0,4\*0,7\* 400100800000 |
| 8 | Определен финансовый результат от продажи продукции | 90/9 | 99 | 58922695 | 90/9 | 99 | 61235694,9 |

Итак, финансовый результат за месяц при текущем учете составил 58 922 695 руб., при предлагаемом – 61 235 694,9 руб.

Как видно из таблицы, показатели заметно различаются. Принимая решение на следующий месяц о маркетинговой политике (расходы на продвижение продукции), финансирование других расходов, выплате дивидендов руководитель должен опираться на более достоверные данные, соответствующие не только правилам ведения бухгалтерского учета, но и более точно отвечающие основной цели управленческого учета – предоставление руководителям и специалистам организации и структурных подразделений информации о деятельности предприятия для обеспечения возможности принятия обоснованных управленческих решений. Этой цели отвечает предлагаемый метод оценки готовой продукции, который необходимо будет закрепить в ученой политике ООО «Стандартъ» на 2014 год.

**Глава 3 Анализ продажи готовой продукции на ООО «Стандартъ»**

**3.1. Анализ выполнения плана по объему реализации готовой продукции**

Разработка плана по объему реализации готовой продукции является важной составляющей в планировании деятельности предприятия и его развития. Анализ выполнения такого плана помогает определить, насколько продуктивной была работа отдела продаж в отчетном периоде, а также, насколько обоснованными были решения при составлении плана. Для этого необходимо сравнить фактические объемы продаж за выбранный период времени с планом и фактическими показателями за предыдущий период. Чем больше прирост объема продаж в отчетном периоде по сравнению с предыдущим, чем больше процент выполнения плана, тем эффективнее работа по реализации готовой продукции (табл. 8).

 Таблица 8

**Анализ выполнения плана по объему реализованной**

**продукции ООО «Стандартъ»**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Отдел** | **Итоги 2012 г. факт** | **Итоги 2013 г. план** | **Итоги 2013 г. факт** | **Отклонение факта 2013 г. от 2012 г., %** | **Процент выполнения плана, %** |
| Нижний Новгород | 2 354 817 | 1 912 477 | 1 840 492 | -22% | 96% |
| Регионы | 11 814 697 | 9 064 537 | 7 885 758 | -33% | 87% |
| Итого | 14 169 514 | 10 977 014 | 9 726 250 | -31% |  -  |

По данным таблицы 8 можно сделать вывод о том, что фактические данные по совокупному объему продаж немного ниже плановых значений и существенно снижены по сравнению с 2012 г. С другой стороны, анализ объема продаж продукции в целом не раскрывает информацию о факторах, повлиявших на падение объема реализации, как в натуральном, так и в денежном выражении, а также не позволяет сделать однозначных выводов о снижении прибыльности предприятия. Поэтому, необходимо проанализировать выполнение плана продаж по каждому виду продукции (таблица 9).

Таблица 9

**Анализ выполнения плана по объему реализованной**

**продукции ООО «Стандартъ» разрезе товарных позиций**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование** | **Итоги 2012 г. факт** | **Итоги 2013 г. план** | **Итоги 2013 г. факт** | **Отклонение факта 2013 г. от 2012 г., %** | **Процент выполнения плана, %** |
| Лебединый Рай | 358 428 | 333 570 | 298 492 | -17% | 89% |
| Платинум | 2 699 548 | 2 249 636 | 2 123 134 | -21% | 94% |
| Русская Эскадра | 12 435 | 44 299 | 40 664 | 227% | 92% |
| С Серебром | 8 148 984 | 4 596 677 | 5 128 929 | -37% | 112% |
| Старица | 1 730 054 | 3 095 902 | 1 368 230 | -21% | 44% |
| Студеная | 1 220 065 | 656 930 | 766 801 | -37% | 117% |
| Итого  | 14 169 514 | 10 977 014 | 9 726 250 | -31% | 89% |

Из таблицы видно, что фактический объем продаж в 2013 году ниже планового на 11% и ниже аналогичных показателей за 2012 г. на 31%. Проанализируем изменение в каждой позиции ассортиментного ряда.

Торговая марка «Лебединый Рай» является региональным продуктом (объем продаж около 300 тыс. бутылок в год), который был создан под художественный фильм «Лебединый рай» Александра Митта и предназначен, в основном, для потребителей г. Выкса. Кроме того, этот бренд входит в среднеценовой сегмент “Low Premium”, поэтому падение объема продаж объясняется резким ростом акциза в 2013 году и вводом такого понятия на рынке алкогольной продукции, как минимальная розничная цена.

Торговая марка «Платинум» является федеральным брендом завода «Сандартъ» и наряду с «Лебединым Раем» входит в категорию “Low Premium”. Поэтому падение объема продаж произошло по той же причине – резкий рост акциза.

Напротив, план по реализации водки «Русская Эскадра» был выполнен на 92%, а прирост объема продаж по сравнению с 2012 годом составил 227%. Такие результаты объясняются тем, что данная торговая марка была запущена в 2012 году и представляет собой эксклюзив завода «Стандартъ». Благодаря ряду характеристик продукта, а так же успешной маркетинговой политики предприятия, спрос на «Русскую Эскадру» на конец 2013 года существенно увеличился, что подтверждает результаты анализа.

Водка «С Серебром» является основным продуктом компании: объем реализации - более 8 млн. бутылок в 2012 году и более 5 млн. бутылок в 2013 году. Несмотря на то, что данный продукт обеспечивает примерно 50% от общего объема продаж, план на 2013 год предусматривал падение спроса. Это обуславливается тем, что из-за вынужденного увеличения цены на бутылку, продукт перешел из категории “Low Premium” в «High Premium». Однако, с учетом усилий, приложенных для расширения дистрибьюции торговой марки, были подписаны соглашения с такими сетями как «Ашан», «ОК» и ряда региональных сетей, удалось перевыполнить план продаж на 12%.

«Старица» и «Студеная» представляют собой региональные продукты, входящие в категорию «Ordinary». Предполагалось, что при росте минимальной розничной цены на реализацию алкоголя произойдет увеличение объема продаж, исходя из того, что при ценовом выравнивании продуктов одной категории, данные торговые марки станут покупаться чаще. Однако, контрафактный алкоголь, который только увеличился в объеме после принятия правительством вышесказанных мер, имел возможность дополнительного дотирования розницы, что привело к перекосу в представленности нелегального и легального алкоголя. Поэтому

построенные планы не реализовались, при этом падение продаж в этой ценовой категории в 2013 году является среднерыночным.

**3.2. Анализ рентабельности ассортимента реализованной продукции**

Поскольку рентабельность продукции показывает, насколько доходной является каждая позиция ассортиментного ряда и вся продукция в целом, то для проведения анализа рентабельности ассортимента реализованной продукции будет использован ABC- и XYZ- анализ. Данный анализ представляет собой изучение ассортимента и объема продаж продукции путем деления ее на три группы, которые отличаются по своей значимости и вкладу в оборот или прибыль предприятия: А – наиболее ценные, В – промежуточные, С – наименее ценные [12]. На основе такого анализа можно сделать вывод о рентабельности того или иного товара в линейке продукции компании.

 В таблице 9 представлен отчет о продажах продукции за 2013 год. Данные отсортированы по мере убывания продаж.

Таблица 9

**Исходные данные о продажах продукции за 2013 год**

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименование** | **Объем продаж в 2013 г., шт.** |
| **Январь**  | **Февраль**  | **Март**  | **Апрель**  | **Май** | **Июнь** | **Июль** | **Август** | **Сентябрь** | **Октябрь**  | **Ноябрь**  | **Декабрь**  | **Год** |
| Лебединый Рай | 23 171 | 28 623 | 24 875 | 31 284 | 20 147 | 19 351 | 22 512 | 23 475 | 22 986 | 26 999 | 30 148 | 24 921 | 298 492 |
| Платинум | 132 695 | 194 620 | 173 388 | 230 005 | 194 620 | 106 156 | 130 926 | 194 620 | 214 082 | 176 753 | 189 631 | 185 638 | 2 123 134 |
| Русская Эскадра | 3 761 | 2 948 | 3 015 | 4 066 | 3 219 | 2 846 | 2 575 | 2 914 | 2 710 | 3 651 | 4 864 | 4 096 | 40 664 |
| С Серебром | 470 151 | 457 329 | 299 187 | 517166 | 324 832 | 359 024 | 368 000 | 444 506 | 353 468 | 470 151 | 556 497 | 508 618 | 5 128 929 |
| Старица | 101 477 | 120 860 | 89 051 | 137 963 | 114 817 | 115 045 | 101 477 | 108 318 | 93 496 | 123 141 | 136 823 | 125 763 | 1 368 230 |
| Студеная | 54 954 | 65 817 | 63 964 | 70 801 | 63 772 | 49 650 | 64 539 | 65 823 | 50 481 | 70 610 | 75 402 | 70 988 | 766 801 |
| Итого | 786 209 | 870 196 | 653 481 | 991 285 | 721 406 | 652 073 | 690 029 | 839 656 | 737 223 | 871 304 | 993 365 | 920 024 | 9 726 250 |

Для определения групп А, В и С необходимо рассчитать доли продаж по каждой позиции ассортиментного ряда в общем обороте, рассчитать эти доли накопительным итогом и присвоить значения групп по каждому виду продукции (табл. 10).

 Таблица 10

**Проведение АВС- анализа по данным о продажах за 2013 г.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование** | **2013 г.** | **Доля в обороте, %** | **Доля в обороте с накопительным итогом, %** | **Группа** |
| С Серебром | 5 128 929 | 52,7% | 52,7% | А |
| Платинум | 2 123 134 | 21,8% | 74,6% | В |
| Старица | 1 368 230 | 14,1% | 88,6% | С |
| Студеная | 766 801 | 7,9% | 96,5% | С |
| Лебединый Рай | 298 492 | 3,1% | 99,6% | С |
| Русская Эскадра | 40 664 | 0,4% | 100,0% | С |
| Итого | 9 726 250 | 100,0% |  -  |  -  |

Распределение взято исходя из практики продаж алкогольной продукции за последние годы. В его основе лежит принцип Парето «80/20», т.е. 80% результата вытекают из оставшихся 20%. Таким образом, в группу А вошел объем продаж, сумма долей с накопительным итогом которого составила первые 53% от общей суммы оборота, следующие 30% от общей суммы оборота образовали группу В и оставшиеся объемы продаж вошли в группу С. Результаты АВС- анализа представлены в таблице 11.

Таблица 11

**Результат АВС- анализа**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование группы** | **Объем продаж, шт.** | **Доля продаж, %** | **Количество наименований продукции, ед.** |
| А | 5 128 929 | 52,7% | 1 |
| В | 2 123 134 | 21,8% | 1 |
| С | 2 474 187 | 25,4% | 4 |
| Итого | 9 726 250 | 100,0% | 6 |

Таким образом, продукция группы А, а именно продукт «С Серебром», приносит наибольшую прибыль предприятию, несмотря на то, что ее доля от общего количества номенклатуры составляет всего 16,7%. Такой результат очевиден, поскольку «С Серебром» является основным продуктом в линейке и пользуется большой популярностью среди покупателей. Данная ситуация стала возможной потому, что водка «С Серебром» явилась первым инновационным продуктом на водочном рынке. Инновация заключалась в том, что в состав продукта была впервые добавлена коллекционная серебряная монета, которая, кроме маркетинговых функций, несла и технологические, а именно дополнительное очищение продукта от вредных примесей с помощью ионов серебра.

Класс В, включающий в себя водку «Платинум», так же приносит немалую прибыль предприятию. Продукт «Платинум» был введен на рынок в 2012 году и находится на той стадии жизненного цикла товара, когда происходит рост объема продаж. Кроме того, «Платинум» имеет вкусовые особенности продукта: в ее ассортимент входит «Платинум клюква», «Платинум лайм» и ряд других разновидностей, получивших высокие оценки на международных выставках, таких как «Prodexpo 2012» и «Sial 2013».

Класс С – потенциальные товары «на вылет» из ассортимента. Следует отметить, что завод «Стандартъ» является одним из основных производителей алкогольной продукции в Нижегородской области и входит в первую десятку крупнейших налогоплательщиков Нижегородской области. При этом продукция товарной группы С является особенно важной, т.к. из этого источника производятся оплаты заработной платы бюджетникам. В связи с этим для завода, как социально-ориентированного предприятия, представляется особенно важным увеличение объемов продаж продукции данной категории, поскольку она является наиболее доступной для потребителя Нижегородской области. Несмотря на противодействие нелегального рынка, увеличение объема продаж является приоритетным для завода и в 2014 году, совместно с администрацией Нижнего Новгорода, планируется приложить максимальные усилия для достижения данной цели. Однако, для выявления нерентабельного товара одного АВС- анализа недостаточно.

Следующий вид анализа – XYZ- анализ, представляющий собой математически-статистический метод, позволяющий анализировать и прогнозировать **стабильность** продаж отдельных видов продукции. Основная его идея состоит в группировании объектов по однородности анализируемых параметров, другими словами – по коэффициенту вариации [13].

Расчеты для определения соответствующей группы товара представлены в таблице 12. Были применены следующие формулы:

$δ=\sqrt{\frac{1}{n}\sum\_{i=1}^{n}(x-\overbar{x})^{2}}$ – стандартное отклонение;

$V=\frac{δ}{\overbar{x}}$ – коэффициент вариации (показывает, насколько объем продаж отклоняется от среднестатистического, другими словами, насколько стабилен товар).

Результаты анализа представлены в таблице 13.

Таблица 12

**Проведение XYZ- анализа по данным о продажах**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование** | **Объем продаж в 2013 г., шт.** | **Среднее значение** | **Стандартное отклонение** | **Коэффициент относительной вариации** | **XYZ- группа** |
| Лебединый Рай | 298 492 | 24874 | 59,88 | 0,2% | X |
| Платинум | 2 123 134 | 176928 | 186,34 | 0,1% | X |
| Русская Эскадра | 40 664 | 3389 | 25,84 | 0,8% | X |
| С Серебром | 5 128 929 | 427411 | 282,84 | 0,1% | X |
| Старица | 1 368 230 | 114019 | 123,09 | 0,1% | X |
| Студеная | 766 801 | 63900 | 88,80 | 0,1% | X |

Группа определялась исходя из рекомендуемого распределения:

Х – коэффициент вариации менее 10%;

Y – коэффициент вариации от 10 до 25%;

Z – коэффициент вариации свыше 25%.

Таблица 13

**Результаты XYZ- анализа**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование группы** | **Объем продаж, шт.** | **Доля продаж, %** | **Количество наименований продукции, ед.** |
| X | 9 726 250 | 100% | 6 |
| Y | 0 | 0,00% | 0 |
| Z | 0 | 0,00% | 0 |
| Итого | 9 726 250 | 100,00% | 6 |

Как показал анализ, вся продукция компании входит в категорию X, что означает стабильность продаж, так как колебания спроса незначительны (коэффициент вариации менее 1%).

Таким образом, ассортимент может быть разделен на группы в зависимости от стабильности продаж. Далее ABC- и XYZ- анализы необходимо объединить (табл. 14).

Таблица 14

**Совмещение ABC- и XYZ- анализов**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование** | **2013 г.** | **Доля в обороте, %** | **Доля в обороте с накопительным итогом, %** | **ABC- группа** | **XYZ- группа** | **Совмещение** |
| С Серебром | 5 128 929 | 52,7% | 52,7% | А | Х | АХ |
| Платинум | 2 123 134 | 21,8% | 74,6% | В | Х | ВХ |
| Старица | 1 368 230 | 14,1% | 88,6% | С | Х | СХ |
| Студеная | 766 801 | 7,9% | 96,5% | С | Х | СХ |
| Лебединый Рай | 298 492 | 3,1% | 99,6% | С | Х | СХ |
| Русская Эскадра | 40 664 | 0,4% | 100,0% | С | Х | СХ |
| Итого | 9 726 250 | 100,0% |  -  |  -  |  -  |  -  |

 В результате совмещения образуются 4 группы продукции. Продукция групп АХ (С Серебром) и ВХ (Платинум) отличает высокий товарооборот и стабильность – это наиболее прибыльные товары, поэтому необходимо следить за их постоянным наличием на складе готовой продукции.

Продукция группы С менее рентабельна, однако продукция не может быть извлечена из ассортиментного ряда, поскольку, в целом, продажи стабильны и в своей ценовой категории каждый из продуктов класса С является конкурентоспособным.

Так же оценить рентабельность продукции можно с помощью таких показателей как:

* рентабельность производства

, где

Pg – валовая прибыль,

Сs – себестоимость продукции;

* рентабельность продукции по отношению к полной себестоимости

, где

 Р – прибыль (убыток) до налогообложения,

С – полная себестоимость продукции;

* рентабельность товарооборота, исчисленная на основе показателя прибыли от продаж

, где

Ps – прибыль от продаж;

* рентабельность продукции по отношению к выручке от продаж

, где

N – выручка от продажи продукции;

* рентабельность продаж

, где

Px – чистая прибыль отчетного периода.

Данные, необходимые для расчета анализируемых показателей, представлены в таблице 15.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатели** | **Обозн.** | **На 31 декабря 2012 года** | **На 31 декабря 2013 года** | **Отклонение 2013 от 2012** |
| **Наименование** | **Сумма, тыс. руб.** | **Удельный вес** | **Сумма, тыс. руб.** | **Удельный вес** | **Темп роста** | **Темп прироста** |
|  Доходы и расходы по обычным видам деятельности |
| Выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг | N | 1 203 820 | 100 | 986 827 | 100 | 82,0% | -18,0% |
| Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг | Cs  | -748 818 | 0,62 | -565 190 | 0,57 | 75,5% | -24,5% |
| Валовая прибыль | Pg | 455 002 | 0,38 | 421 637 | 0,43 | 92,7% | -7,3% |
| Коммерческие и управленческие расходы | Cky | -225 348 | 0,19 | -281 361 | 0,67 | 124,9% | 24,9% |
|  Прибыль от продаж | Ps | 229 654 | 0,19 | 140 276 | 0,14 | 61,1% | -38,9% |
| Разность между прочими доходами и расходами | Po | -134 177 | 0,11 | -159 853 | 0,16 | 119,1% | 19,1% |
| Прибыль(убыток) до налогообложения | P | 58 764 | 0,05 | -72 617 | 0,07 | -123,6% | -223,6% |
| Чистая прибыль (убыток) отчетного периода | Px | 44 419 | 0,04 | -70 408 | 0,07 | -158,5% | -258,5% |
| Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток) | Ph | 284 131 | 0,24 | 213 723 | 0,22 | 75,2% | -24,8% |
| Общая себестоимость | C | -974 166 | 0,81 | -846 551 | 0,86 | 86,9% | -13,1% |

Таблица 15

**Исходные данные для оценки рентабельности продукции**

Глядя на отчет о финансовых результатах, можно сделать вывод, что прочие расходы в несколько раз превышают прочие доходы в обоих периодах, а их сальдо составляет более 130 и 159 млн. руб. соответственно. Поэтому, представляется важным раскрыть информацию о строке «Разность между прочими доходами и расходами». К наиболее значимым прочим доходам относятся пени, штрафы, неустойки к получению, прибыль прошлых лет и прочие внереализационные доходы. К наиболее весомым прочим расходам относятся следующие расходы. Во-первых, это банковские гарантии, которые стали необходимыми к выплате с 2013 года – это гарантия, сумма которой составляет чуть меньше 1% и является обязательной для всех водочных производителей. Так же весомую долю в прочих расходах составляют убытки прошлых лет. Это связано с неправильным ведением бухгалтерского учета на этом участке – акты о некоторых списаниях были составлены, но не были проведены в бухгалтерском учете и со сменой руководства бухгалтерии сумма этих списаний превратилась в убытки прошлых лет. Кроме этого, к прочим расходам относится бой тары, а также порча продукции вследствие выщелачивания (осадок, который образуется в виде песка, если продукция долго стоит на складе).

Показатели рентабельности продукции рассчитаны в таблице 16.

Таблица 16

**Показатели рентабельности продукции**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Показатели** | **Обозн.** | **Значение, %** |
| **На 31 декабря 2012 года** | **На 31 декабря 2013 года** |
| 1 | 2 | 4 | 5 |
| Рентабельность продукции (товарооборота): |   |   |   |
| Производственная рентабельность | Rc | 60,8% | 74,6% |
| по отношению к полной себестоимости проданной продукции | Rpc | 6,0% | -8,6% |
| на основе показателя прибыли от продаж | Rps | 19,1% | 14,2% |
| по отношению к выручке от продаж | Rpn | 4,9% | -7,4% |
| Рентабельность продаж | Rpx | 3,7% | -7,1% |

Прежде всего, был рассчитан показатель производственной рентабельности за 2 года на основании валовой прибыли. Он показывает, что на каждый рубль, вложенный в производство продукции, получается 60,8 и 74,6 копеек валовой прибыли соответственно в 2012 и 2013 годах, из которых далее финансируются коммерческие и управленческие расходы. Можно сделать вывод об увеличении начальной маржинальности продукта, однако, из-за изменений на рынке алкогольной продукции, было необходимо увеличить финансирование коммерческих расходов и снизить расходы на управление. При этом, темпы роста коммерческих расходов превышали снижение управленческих расходов. Поэтому, в 2013 году прибыль от продаж была положительной и составила более 140 млн. руб., но ее относительный показатель рентабельности снизился.

Рентабельность продукции по отношению к полной себестоимости в 2012 году составила 6%, что является хорошим показателем в условиях жесткой конкурентности. В 2013 году этот показатель снизился на 14,6% и составил -8,6%. Такой скачок объясняется вынужденным увеличением расходов на продвижение продукции.

Рентабельность продаж в 2012 году равна 3,7%, то есть окончательная сумма, которая остается в распоряжении предприятия по итогам отчетного периода в 2012 году составила 3,7 копеек с 1 рубля. В 2013 году этот показатель, предсказуемо, оказался ниже нуля.

**3.3. Факторный анализ финансовых результатов от реализации продукции**

 Выявление причин и их влияния на показатели прибыли наиболее целесообразно проводить с использованием факторного анализа. Прибыль от продаж рассчитывается по следующей формуле:

Ps = N – C – (Ck + Cy) – факторная модель, где

N – выручка от реализации продукции;

Ps – прибыль от продаж;

С – себестоимость реализованной продукции;

Сk – коммерческие расходы;

Cy - управленческие расходы.

Суть факторного анализа заключается в выявлении влияния каждого из вышеуказанных показателей на изменение прибыли от продаж.

Поскольку управленческие и коммерческие расходы не учитываются при калькулировании себестоимости отдельных видов продукции, а прямо относятся на финансовый результат отчетного периода без распределения по видам продукции, то анализировать факторы изменения прибыли от реализации продукции можно только в целом по предприятию [17].

Для проведения факторного анализа прибыли от реализации продукции необходимо сформировать следующую информацию, источником которой служат данные бухгалтерского баланса и отчета о прибылях и убытках (табл. 17).

Таблица 17

**Исходные данные для факторного анализа прибыли от продаж**

|  |  |
| --- | --- |
| Показатель | Значение показателя в базисных ценах |
| 2012 г. | 2013 г. | Абсолютное изменение, тыс. руб. | Относительное изменение, % |
| Выручка от продажи | 1 203 820 | 986 827 | -216 993 | -18,0 |
| Себестоимость | 748 818 | 565 190 | -183 628 | -24,5 |
| Коммерческие расходы | 186 161 | 218 938 | 32 777 | 17,6 |
| Управленческие расходы | 39 187 | 62 423 | 23 236 | 59,3 |
| Прибыль от продаж | 229 654 | 140 276 | -89 378 | -38,9 |
| Индекс изменения цен | 1,00 | 1,34 | 0,34 | 34,0 |
| Объем реализации в сопоставимых ценах | 1 203 820 | 736 438 | -467 381,94 | -38,8 |

Для нахождения индекса изменения цен была использована формула индекса Пааше, который показывает, во сколько раз возросла (уменьшилась) стоимость продукции из-за изменения цен или сколько процентов составляет рост (снижение) стоимости продукции в результате изменения цен:

 = 1,34

Теперь необходимо определить влияние факторов на финансовый результат.

1. Влияние объема продаж на прибыль

Выручка от реализации готовой продукции в отчетном периоде составила 986 827 тыс. руб. Объем продаж в базисных ценах составил:

986 827 / 1,34 = 736 438 тыс. руб.

С учетом этого изменение выручки от продаж за анализируемый период времени составило: (736 438 / 1 203 820) \* 100% = 61,2%, таким образом, произошло снижение объема продаж продукции на 38,8% . За счет этого снижения прибыль от продаж снизилась: 229 654 \* (-0,388) = -89 106 тыс. руб.

2. Влияние ассортимента продаж на величину прибыли организации определяется сопоставлением прибыли отчетного периода, рассчитанной на основе цен и себестоимости базисного периода, с базисной прибылью, пересчитанной на изменение объема реализации.

Прибыль отчетного периода, исходя из себестоимости и цен базисного периода, можно определить с некоторой долей условности следующим образом:

* выручка от продажи отчетного периода в ценах базисного периода 736 438 тыс. руб.;
* фактически реализованная продукция, рассчитанная по базисной себестоимости 748 818 \* 0,612 = 458 277 тыс. руб.;
* коммерческие расходы базисного периода 186 161 тыс. руб.;
* управленческие расходы базисного периода 39 187 тыс. руб.;
* прибыль отчетного периода, рассчитанная по базисной себестоимости и базисным ценам

736 438 – 458 277 – 186 161 – 39 187 = 52 813 тыс. руб.

Таким образом, влияние сдвигов в структуре ассортимента на величину прибыли от продаж равно: 52 813 – 229654 \* 0,612 = - 87 735 тыс. руб.

Произведенный расчет показывает, что в составе реализованной продукции увеличился удельный вес продукции с меньшим уровнем доходности.

3. Влияние изменения себестоимости

Для определения влияния изменения себестоимости продукции на прибыль нужно сопоставить себестоимость реализованной продукции отчетного периода с аналогичным показателем базисного года, пересчитанного на изменение объема продаж:

565 190 – (748 818 \* 0,612) = -106 913 тыс. руб.

Таким образом, себестоимость реализованной продукции снизилась на 6,5 млн. руб., следовательно, прибыль от продаж увеличилась на ту же сумму.

4. Влияние изменения коммерческих и управленческих расходов

Необходимо сопоставить величины указанных расходов в отчетном и базисном периодах. Как видно из таблицы 17, и коммерческие, и управленческие расходы в 2013 году увеличились, т.е. прибыль в отчетном году снизилась на 32 777 тыс. руб. и 23 236 тыс. руб. соответственно.

5. Определение влияния цен реализации продукции

Для определения влияния цен реализации продукции на изменение прибыли, необходимо сопоставить объем продаж отчетного периода, выраженного в ценах отчетного и базисного периодов, т.е.:

986 827 – 736 438 = 250 389 тыс. руб.

Таким образом, можно определить общее влияние всех перечисленных факторов (табл.18).

Таблица 18

**Результаты факторного анализа прибыли от продаж**

|  |  |
| --- | --- |
| **Показатель** | **Влияние, тыс. руб.** |
| Объем продаж | - 89 106 |
| Структура ассортимента | - 87 735 |
| Себестоимость | - 106 913 |
| Коммерческие расходы | - 32 777 |
| Управленческие расходы | - 23 236 |
| Цены реализации | + 250 389 |
| Общее влияние факторов | - 89 378 |

Таким образом, наибольшее влияние на изменение прибыли оказал фактор изменения цен – положительное влияние в размере 34%. Следующим по значимости оказался фактор изменения себестоимости, который оказал отрицательное влияние на уровень доходности. Так же следует уделить внимание структуре ассортимента, направив усилия на реализацию более доходной продукции – об этом говорит отрицательное влияние ассортиментного фактора на величину прибыли от продаж. Следует так же отметить рост коммерческих и управленческих расходов, несмотря на принятую в 2013 году политику по сокращению данных расходов. Если брать во внимание внешние изменения на рынке алкогольной продукции с 2013 года, то можно сделать вывод о том, что единственным резервом роста прибыли является увеличение объемов продаж.

**Заключение**

Целью настоящей работы было рассмотрение вопросов учета готовой продукции, операций по ее продаже и выявления финансового результата от ее продажи, а также проведение анализа продаж готовой продукции на предприятии.

Для решения поставленной цели, прежде всего, было рассмотрено понятие готовой продукции, цели и задачи ее учета. Далее была проанализирована

нормативная база по учету и анализу продаж готовой продукции. Были проанализированы существующие варианты учета продажи готовой продукции в специализированной литературе.

Вторая глава была посвящена анализу действующего варианта учета продажи готовой продукции на ООО «Стандартъ». Была охарактеризована деятельность данного предприятия, его иерархическая структура, ассортиментный ряд, а так же его учетная политика в части бухгалтерского учета готовой продукции. При анализе последней были выявлены некоторые расхождения и даны рекомендации по их устранению. Далее был рассмотрен порядок документооборота при операциях по продаже продукции. После этого, было рассмотрено отражение операций по учету продажи продукции на счетах, в регистрах бухгалтерского учета и отчетности, что позволило выявить и сформулировать недостатки существующего бухгалтерского учета продажи готовой продукции на данном предприятии и предложить пути его совершенствования.

В последней главе был проведен анализ выполнения плана по объему реализации готовой продукции, а результаты объединены в таблицу. Кроме этого, была проанализирована каждая из позиций ассортиментного ряда компании и сделаны выводы о причинах расхождения плановых и фактических показателей.

В целях проведения анализа рентабельности продукции с качественной стороны был проведен ABC- и XYZ- анализ, а также был проведен анализ рентабельности с использованием ряда экономических показателей для количественной оценки рентабельности ассортимента.

В заключение был проведен факторный анализ финансовых результатов от реализации продукции. Для этого была сформирована факторная модель, после чего было проанализировано влияние каждого из факторов на изменение прибыли от продаж. Это позволило выявить те факторы, которые имеют отрицательное влияние на изменение прибыли и те факторы, которые являются резервами роста прибыли от реализации.

**Список литературы**

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации от 22.12.1995 № 14-ФЗ.
2. Налоговый Кодекс Российской Федерации (часть 2) от 19 июля 2000 года N 117-ФЗ.
3. Федеральный Закон «О бухгалтерском учете» от 22.11.2011 № 402-ФЗ.
4. Положение по бухгалтерскому учету «Учет материально-производственных запасов» ПБУ 5/01 от 09.06.2001 N 44н.
5. Положение по бухгалтерскому учету «Доходы организации» 9/99 от 06.05.1999 N 32н.
6. Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» 10/99 от 06.05.1999 N 33н.
7. Положение по бухгалтерскому учету 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации»;
8. Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации, утвержденного Приказом Минфина России от 29.07.1998 N 34н.
9. Методические указания по бухгалтерскому учету материально-производственных запасов, утвержденные Приказом Минфина России от 28.12.2001 N 119н.
10. План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и инструкция по его применению, утв. приказом МФ РФ от 31 октября 2000 г. № 94н.
11. Аюшиев А.Д. Финансы предприятий и организаций: учеб. пособие: ч. 1. — 2-е изд., перераб. и доп. — Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2007. — 347 с.
12. Бабаев Ю.А., Петров А.М., Мельникова Л.А. Бухгалтерский учет: Учебник / под ред. Ю.А. Бабаева. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Проспек, 2013. – 432 с.
13. Кондраков Н.П. Бухгалтерский (финансовый, управленческий) учет: Учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Проспект, 2012. – 504 с.
14. Макарова В.И., Левицких О.О. Оценка и анализ основных показателей деловой активности в системе управления эффективностью деятельности промышленного предприятия
15. [Макарова Л. Г.](http://www.hse.ru/org/persons/201921), Макаров А. С. [Экономический анализ в управлении финансами фирмы](http://publications.hse.ru/view/56850313) / издание 3-е, переработанное и дополненное. М. : Издательский центр «Академия», 2008.
16. Новоселова Н.А. Анализ продаж по сегментам сбыта // Вестник ГКФЭИ. 2006. № 3.
17. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник. – 6-е изд., испр. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 378 с. – (Среднее профессиональное образование).
18. Шеремет А.Д., Старовойтова Е.В. Бухгалтерский учет и анализ: Учебник / Под общ. ред. проф. А.Д. Шеремета. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 618 с. – (Высшее образование: Бакалавриат).

Приложение 1





Приложение 2





Приложение 3

|  |
| --- |
| **Реестр документов за Январь 2013 г.** |
|  |
| **№ п/п** | **Дата** | **Документ** | **Номер**  | **Сумма** | **Информация** |
| 1 | 09.01.2013 | Отгрузка продукции | 1 | 281 660,00 | Магазин 3 |
| 2 | 09.01.2013 | Отгрузка продукции | 3 | 1 247 292,45 | Растяпино ТД г.Дзержинск |
| 3 | 10.01.2013 | Отгрузка продукции | 5 | 16 320,00 | Магазин 3 |
| 4 | 10.01.2013 | Отгрузка продукции | 6 | 943 200,00 | Растяпино ТД г.Дзержинск |
| 5 | 10.01.2013 | Отгрузка продукции | 7 | 3 446 885,00 | Растяпино ТД г.Дзержинск |
| 6 | 10.01.2013 | Отгрузка продукции | 8 | 534 043,50 | ФНОПО "Нижегородское ОРП" |
| 7 | 10.01.2013 | Отгрузка продукции | 9 | 52 800,00 | Леопард |
| 8 | 10.01.2013 | Отгрузка продукции | 10 | 129 723,60 | Ашан |
| 9 | 10.01.2013 | Отгрузка продукции | 11 | 99 292,80 | Ашан |
| 10 | 10.01.2013 | Отгрузка продукции | 13 | 446 378,25 | Растяпино ТД г.Дзержинск |
| 11 | 10.01.2013 | Отгрузка продукции | 12 | 3 016,00 | Магазин 3 |
| 12 | 10.01.2013 | Отгрузка продукции | 4 | 1 300 660,00 | МРА ( Эм Пи Эй ) Дистр. Казахс |
| 13 | 10.01.2013 | Отгрузка продукции | 14 | 7 762,80 | Келлерс |
| 14 | 10.01.2013 | Отгрузка продукции | 15 | 7 970,80 | Валентина |
| 15 | 10.01.2013 | Отгрузка продукции | 16 | 11 847,10 | МП городского округа Выкса опт |
| 16 | 10.01.2013 | Отгрузка продукции | 17 | 4 605,55 | МП городского округа Выкса опт |
| 17 | 10.01.2013 | Отгрузка продукции | 18 | 26 416,00 | МП городского округа Выкса опт |
| 18 | 10.01.2013 | Отгрузка продукции | 19 | 11 349,55 | МП городского округа Выкса опт |
| 19 | 10.01.2013 | Отгрузка продукции | 20 | 2 280 016,00 | Гармония ПКФ |
| 20 | 10.01.2013 | Отгрузка продукции | 21 | 13 635,55 | МП городского округа Выкса опт |
| 21 | 10.01.2013 | Отгрузка продукции | 22 | 25 192,55 | МП городского округа Выкса опт |
| 22 | 10.01.2013 | Отгрузка продукции | 23 | 20 509,50 | Компас-Союз ООО |
| 23 | 10.01.2013 | Отгрузка продукции | 24 | 15 989,15 | Компас-Союз ООО |
| 24 | 10.01.2013 | Отгрузка продукции | 25 | 14 948,30 | Компас-ОК |
| 25 | 10.01.2013 | Отгрузка продукции | 26 | 11 764,15 | Кормилец |
| 26 | 10.01.2013 | Отгрузка продукции | 27 | 24 734,50 | Компас-ОК |
| 27 | 10.01.2013 | Отгрузка продукции | 28 | 4 668,30 | Атом |
| 28 | 10.01.2013 | Отгрузка продукции | 29 | 18 354,30 | Атом |
| 29 | 10.01.2013 | Отгрузка продукции | 30 | 8 226,00 | Вита |
| 30 | 10.01.2013 | Отгрузка продукции | 31 | 5 484,00 | Зокс |
| 31 | 10.01.2013 | Отгрузка продукции | 32 | 19 335,60 | БОСС |
| 32 | 10.01.2013 | Отгрузка продукции | 33 | 5 649,60 | Владис |
| 33 | 10.01.2013 | Отгрузка продукции | 34 | 18 385,30 | Аккорд ул.Ленина |
| 34 | 10.01.2013 | Отгрузка продукции | 35 | 696 834,00 | Магазин 3 |
| 35 | 11.01.2013 | Отгрузка продукции | 36 | 1 376 624,40 | Тандер |
| 36 | 11.01.2013 | Отгрузка продукции | 37 | 835 891,20 | Тандер |
| 37 | 11.01.2013 | Отгрузка продукции | 38 | 683 971,20 | Тандер |
| 38 | 11.01.2013 | Отгрузка продукции | 39 | 1 097 464,80 | Тандер |
| 39 | 11.01.2013 | Отгрузка продукции | 40 | 2 900,00 | МП городского округа Выкса опт |
| 40 | 11.01.2013 | Отгрузка продукции | 41 | 759 597,60 | Тандер |
| 41 | 11.01.2013 | Отгрузка продукции | 42 | 902 947,20 | Тандер |
| 42 | 11.01.2013 | Отгрузка продукции | 43 | 2 649 966,00 | Тандер |
| 43 | 11.01.2013 | Отгрузка продукции | 44 | 1 118 598,00 | Тандер |
| 44 | 11.01.2013 | Отгрузка продукции | 45 | 1 200 888,00 | Тандер |
| 45 | 11.01.2013 | Отгрузка продукции | 46 | 106 991,00 | Магазин 3 |
| 46 | 11.01.2013 | Отгрузка продукции | 47 | 871 728,00 | Тандер |
| 47 | 11.01.2013 | Отгрузка продукции | 48 | 653 796,00 | Тандер |
| 48 | 11.01.2013 | Отгрузка продукции | 49 | 739 008,00 | Тандер |
| 49 | 11.01.2013 | Отгрузка продукции | 50 | 435 864,00 | Тандер |
| 50 | 11.01.2013 | Отгрузка продукции | 51 | 435 864,00 | Тандер |
| 51 | 11.01.2013 | Отгрузка продукции | 52 | 596 952,00 | Тандер |
| 52 | 14.01.2013 | Отгрузка продукции | 54 | 30 943,44 | Ашан |
| 53 | 14.01.2013 | Отгрузка продукции | 55 | 93 014,52 | Ашан |
| 54 | 14.01.2013 | Отгрузка продукции | 53 | 930 690,00 | Тандер |
| 55 | 14.01.2013 | Отгрузка продукции | 56 | 27 760,25 | МП городского округа Выкса опт |
| 56 | 14.01.2013 | Отгрузка продукции | 57 | 21 230,80 | МП городского округа Выкса опт |
| 57 | 14.01.2013 | Отгрузка продукции | 58 | 15 273,40 | МП городского округа Выкса опт |
| 58 | 14.01.2013 | Отгрузка продукции | 59 | 11 052,00 | Компас-ОК |
| 59 | 14.01.2013 | Отгрузка продукции | 60 | 8 870,40 | Владис |
| 60 | 14.01.2013 | Отгрузка продукции | 61 | 13 514,95 | Родник |
| 61 | 14.01.2013 | Отгрузка продукции | 62 | 15 382,80 | Родник |
| 62 | 14.01.2013 | Отгрузка продукции | 63 | 35 067,30 | Компас-Центр |
| 63 | 14.01.2013 | Отгрузка продукции | 64 | 11 488,35 | Компас-Союз ООО |
| 64 | 14.01.2013 | Отгрузка продукции | 65 | 8 051,35 | Анастасия |
| 65 | 14.01.2013 | Отгрузка продукции | 66 | 5 559,40 | Компас-Центр |
| 66 | 14.01.2013 | Отгрузка продукции | 67 | 119 236,55 | Водолей |
| 67 | 14.01.2013 | Отгрузка продукции | 68 | 79 341,00 | Магазин 3 |
| 68 | 15.01.2013 | Отгрузка продукции | 69 | 869 940,70 | Гармония ПКФ |
| 69 | 15.01.2013 | Отгрузка продукции | 70 | 16 292,95 | Анастасия |
| 70 | 15.01.2013 | Отгрузка продукции | 71 | 5 717,20 | Фаворит |
| 71 | 15.01.2013 | Отгрузка продукции | 72 | 5 717,20 | МДСС |
| 72 | 15.01.2013 | Отгрузка продукции | 73 | 7 934,80 | Ока Дружба |
| 73 | 15.01.2013 | Отгрузка продукции | 74 | 8 051,35 | Фаворит |
| 74 | 15.01.2013 | Отгрузка продукции | 75 | 10 299,95 | Бригантина |
| 75 | 15.01.2013 | Отгрузка продукции | 76 | 18 604,15 | Фаворит |
| 76 | 15.01.2013 | Отгрузка продукции | 77 | 18 141,15 | Партнёр |
| 77 | 15.01.2013 | Отгрузка продукции | 78 | 5 649,60 | Деловой клуб |
| 78 | 15.01.2013 | Отгрузка продукции | 79 | 13 070,80 | Партнёр |
| 79 | 15.01.2013 | Отгрузка продукции | 80 | 16 053,15 | МДСС |
| 80 | 15.01.2013 | Отгрузка продукции | 81 | 19 116,75 | Галс |
| 81 | 15.01.2013 | Отгрузка продукции | 82 | 8 965,80 | Галс |
| 82 | 15.01.2013 | Отгрузка продукции | 83 | 10 242,22 | Галс |
| 83 | 15.01.2013 | Отгрузка продукции | 84 | 29 558,40 | Фест |
| 84 | 16.01.2013 | Отгрузка продукции | 85 | 4 656,00 | Магазин 3 |
| 85 | 16.01.2013 | Отгрузка продукции | 86 | 1 089 943,20 | Яблоко 2000 |
| 86 | 16.01.2013 | Отгрузка продукции | 87 | 2 775 210,00 | Байкал-ВВК |
| 87 | 16.01.2013 | Отгрузка продукции | 88 | 4 083 577,00 | Дутта Дженерал ЭнтерпрайзТрейд |
| 88 | 16.01.2013 | Отгрузка продукции | 89 | 117 080,00 | Магазин 3 |
| 89 | 16.01.2013 | Отгрузка продукции | 90 | 861 260,20 | ОПТОВИК |
| 90 | 16.01.2013 | Отгрузка продукции | 91 | 6 336,00 | Магазин 3 |
| 91 | 17.01.2013 | Отгрузка продукции | 92 | 153 454,50 | Леопард |
| 92 | 17.01.2013 | Отгрузка продукции | 93 | 20 160,00 | Ока - НН |
| 93 | 17.01.2013 | Отгрузка продукции | 94 | 2 064,00 | Магазин 3 |
| 94 | 17.01.2013 | Отгрузка продукции | 95 | 10 344,00 | Деловой клуб |
| 95 | 17.01.2013 | Отгрузка продукции | 96 | 4 598,85 | МП городского округа Выкса опт |
| 96 | 17.01.2013 | Отгрузка продукции | 97 | 5 936,40 | МП городского округа Выкса опт |
| 97 | 17.01.2013 | Отгрузка продукции | 98 | 8 304,20 | Пять с плюсом |
| 98 | 17.01.2013 | Отгрузка продукции | 99 | 2 311,20 | Компас-Союз ООО |
| 99 | 17.01.2013 | Отгрузка продукции | 100 | 9 109,95 | Кормилец |
| 100 | 17.01.2013 | Отгрузка продукции | 101 | 27 479,40 | Анастасия |
| 101 | 17.01.2013 | Отгрузка продукции | 102 | 12 523,60 | БОСС |
| 102 | 17.01.2013 | Отгрузка продукции | 103 | 790 446,00 | Магазин 3 |
| 103 | 17.01.2013 | Отгрузка продукции | 104 | 9 327,60 | Келлерс |
| 104 | 17.01.2013 | Отгрузка продукции | 105 | 1 160,00 | Магазин 3 |
| 105 | 17.01.2013 | Отгрузка продукции | 106 | 43 200,00 | Магазин 3 |
| 106 | 18.01.2013 | Отгрузка продукции | 107 | 1 583 304,50 | Полигранд г.Южно-Сахалинск |
| 107 | 18.01.2013 | Отгрузка продукции | 108 | 85 504,80 | Ашан |
| 108 | 18.01.2013 | Отгрузка продукции | 109 | 17 400,00 | Магазин 3 |
| 109 | 21.01.2013 | Отгрузка продукции | 110 | 206 062,85 | Водолей |
| 110 | 21.01.2013 | Отгрузка продукции | 111 | 2 558 348,60 | Директива |
| 111 | 21.01.2013 | Отгрузка продукции | 112 | 385 702,50 | Растяпино ТД г.Дзержинск |
| 112 | 21.01.2013 | Отгрузка продукции | 114 | 272 115,75 | Растяпино ТД г.Дзержинск |
| 113 | 21.01.2013 | Отгрузка продукции | 115 | 24 750,00 | Stanley Beverages-Baku Азер. |
| 114 | 21.01.2013 | Отгрузка продукции | 116 | 200 562,75 | Растяпино ТД г.Дзержинск |
| 115 | 21.01.2013 | Отгрузка продукции | 117 | 11 844,40 | МП городского округа Выкса опт |
| 116 | 21.01.2013 | Отгрузка продукции | 118 | 13 277,40 | МП городского округа Выкса опт |
| 117 | 21.01.2013 | Отгрузка продукции | 119 | 13 884,40 | МП городского округа Выкса опт |
| 118 | 21.01.2013 | Отгрузка продукции | 120 | 10 974,40 | МП городского округа Выкса опт |
| 119 | 21.01.2013 | Отгрузка продукции | 121 | 24 644,15 | Компас-Союз ООО |
| 120 | 21.01.2013 | Отгрузка продукции | 122 | 8 082,35 | Вита |
| 121 | 21.01.2013 | Отгрузка продукции | 123 | 10 511,55 | Компас-Центр |
| 122 | 21.01.2013 | Отгрузка продукции | 124 | 11 417,35 | Компас-ОК |
| 123 | 21.01.2013 | Отгрузка продукции | 125 | 10 669,35 | Компас-Центр |
| 124 | 21.01.2013 | Отгрузка продукции | 126 | 53 700,00 | Stanley Beverages-Baku Азер. |
| 125 | 21.01.2013 | Отгрузка продукции | 127 | 13 800,00 | Stanley Beverages-Baku Азер. |
| 126 | 21.01.2013 | Отгрузка продукции | 128 | 11 941,50 | Stanley Beverages-Baku Азер. |
| 127 | 22.01.2013 | Отгрузка продукции | 129 | 5 790,00 | Магазин 3 |
| 128 | 22.01.2013 | Отгрузка продукции | 130 | 476,00 | Магазин 3 |
| 129 | 22.01.2013 | Отгрузка продукции | 131 | 12 028,20 | Ашан |
| 130 | 22.01.2013 | Отгрузка продукции | 132 | 44 160,00 | Ашан |
| 131 | 22.01.2013 | Отгрузка продукции | 133 | 8 856,90 | Ока Дружба |
| 132 | 22.01.2013 | Отгрузка продукции | 134 | 13 253,05 | Фаворит |
| 133 | 22.01.2013 | Отгрузка продукции | 135 | 16 327,00 | Партнёр |
| 134 | 22.01.2013 | Отгрузка продукции | 136 | 8 051,35 | Ока Дружба |
| 135 | 22.01.2013 | Отгрузка продукции | 138 | 5 007 634,00 | ТОРГ-ОПТ г.Ставрополь |
| 136 | 22.01.2013 | Отгрузка продукции | 137 | 871 320,00 | Север Абхазия |
| 137 | 22.01.2013 | Отгрузка продукции | 140 | 5 068 720,00 | Мишель-Алко г.Ростов-на-Дону |
| 138 | 22.01.2013 | Отгрузка продукции | 142 | 58 659,00 | Магазин 3 |
| 139 | 23.01.2013 | Отгрузка продукции | 143 | 1 281 677,88 | Гармония ПКФ |
| 140 | 23.01.2013 | Отгрузка продукции | 144 | 551 181,00 | ФНОПО "Арзамасское ОРП" |
| 141 | 23.01.2013 | Отгрузка продукции | 145 | 266 451,75 | Универсам плюс г. Вязники |
| 142 | 24.01.2013 | Отгрузка продукции | 147 | 4 699 941,20 | Пивной Арсенал г.Вологда |
| 143 | 24.01.2013 | Отгрузка продукции | 148 | 218 169,00 | АЛКО-БРЭНД, Калуга |
| 144 | 24.01.2013 | Отгрузка продукции | 149 | 15 989,55 | Ритон |
| 145 | 24.01.2013 | Отгрузка продукции | 150 | 8 048,85 | МП городского округа Выкса опт |
| 146 | 24.01.2013 | Отгрузка продукции | 151 | 8 402,40 | МП городского округа Выкса опт |
| 147 | 24.01.2013 | Отгрузка продукции | 152 | 15 554,80 | Компас-ОК |
| 148 | 24.01.2013 | Отгрузка продукции | 153 | 9 154,20 | Никос |
| 149 | 24.01.2013 | Отгрузка продукции | 154 | 6 798,75 | Компас-Союз ООО |
| 150 | 24.01.2013 | Отгрузка продукции | 155 | 6 612,35 | Пять с плюсом |
| 151 | 24.01.2013 | Отгрузка продукции | 156 | 9 969,40 | Родник |
| 152 | 24.01.2013 | Отгрузка продукции | 157 | 15 726,35 | Кормилец |
| 153 | 24.01.2013 | Отгрузка продукции | 158 | 31 878,00 | Родник |
| 154 | 24.01.2013 | Отгрузка продукции | 159 | 8 051,35 | Продукт Резерв |
| 155 | 24.01.2013 | Отгрузка продукции | 160 | 15 731,95 | Атом |
| 156 | 24.01.2013 | Отгрузка продукции | 161 | 4 337,20 | Атом |
| 157 | 24.01.2013 | Отгрузка продукции | 162 | 8 190,40 | Компас-Центр |
| 158 | 24.01.2013 | Отгрузка продукции | 163 | 10 151,55 | Компас-ОК |
| 159 | 25.01.2013 | Отгрузка продукции | 165 | 15 960,00 | ХАММ ГРУП Армения |
| 160 | 25.01.2013 | Отгрузка продукции | 168 | 3 145 071,90 | ВДК г.Владивосток |
| 161 | 25.01.2013 | Отгрузка продукции | 167 | 19 200,00 | ХАММ ГРУП Армения |
| 162 | 25.01.2013 | Отгрузка продукции | 164 | 3 006 939,60 | ВДК г.Владивосток |
| 163 | 25.01.2013 | Отгрузка продукции | 169 | 32 166,48 | Ашан |
| 164 | 25.01.2013 | Отгрузка продукции | 170 | 300 824,00 | Магазин 3 |
| 165 | 28.01.2013 | Отгрузка продукции | 171 | 847 278,00 | Арома ТД Санкт-Петербург |
| 166 | 28.01.2013 | Отгрузка продукции | 172 | 234 582,42 | Свит |
| 167 | 28.01.2013 | Отгрузка продукции | 173 | 337 731,60 | Легион-Н |
| 168 | 28.01.2013 | Отгрузка продукции | 174 | 1 149 808,32 | Тандер |
| 169 | 28.01.2013 | Отгрузка продукции | 175 | 7 992,00 | Магазин 3 |
| 170 | 28.01.2013 | Отгрузка продукции | 176 | 986 352,00 | Тандер |
| 171 | 28.01.2013 | Отгрузка продукции | 177 | 2 598 160,00 | Директива |
| 172 | 28.01.2013 | Отгрузка продукции | 179 | 11 944,20 | Зокс |
| 173 | 28.01.2013 | Отгрузка продукции | 180 | 8 675,85 | МП городского округа Выкса опт |
| 174 | 28.01.2013 | Отгрузка продукции | 178 | 973 665,60 | Тандер |
| 175 | 28.01.2013 | Отгрузка продукции | 181 | 3 920,40 | МП городского округа Выкса опт |
| 176 | 28.01.2013 | Отгрузка продукции | 182 | 7 542,40 | МП городского округа Выкса опт |
| 177 | 28.01.2013 | Отгрузка продукции | 183 | 15 127,20 | Владис |
| 178 | 28.01.2013 | Отгрузка продукции | 184 | 19 293,00 | Родник |
| 179 | 28.01.2013 | Отгрузка продукции | 185 | 12 891,40 | Компас-ОК |
| 180 | 28.01.2013 | Отгрузка продукции | 186 | 10 759,60 | Анастасия |
| 181 | 28.01.2013 | Отгрузка продукции | 187 | 4 306,80 | Зокс |
| 182 | 28.01.2013 | Отгрузка продукции | 188 | 16 320,60 | БОСС |
| 183 | 28.01.2013 | Отгрузка продукции | 190 | 6 460,20 | Вита |
| 184 | 28.01.2013 | Отгрузка продукции | 189 | 1 352 844,80 | Тандер |
| 185 | 28.01.2013 | Отгрузка продукции | 192 | 983 486,40 | Тандер |
| 186 | 28.01.2013 | Отгрузка продукции | 194 | 871 728,00 | Тандер |
| 187 | 28.01.2013 | Отгрузка продукции | 195 | 911 851,20 | Тандер |
| 188 | 28.01.2013 | Отгрузка продукции | 196 | 77 208,60 | ВТК |
| 189 | 28.01.2013 | Отгрузка продукции | 197 | 983 486,40 | Тандер |
| 190 | 28.01.2013 | Отгрузка продукции | 198 | 946 233,60 | Тандер |
| 191 | 28.01.2013 | Отгрузка продукции | 199 | 1 612 519,20 | Союз г.Мурманск |
| 192 | 28.01.2013 | Отгрузка продукции | 201 | 2 040,00 | Магазин 3 |
| 193 | 28.01.2013 | Отгрузка продукции | 202 | 23 976,00 | Магазин 3 |
| 194 | 28.01.2013 | Отгрузка продукции | 203 | 3 425 214,48 | Каскад логистик |
| 195 | 28.01.2013 | Отгрузка продукции | 204 | 1 798 588,80 | Тандер |
| 196 | 28.01.2013 | Отгрузка продукции | 205 | 10 320,00 | Магазин 3 |
| 197 | 28.01.2013 | Отгрузка продукции | 206 | 3 545 749,60 | Тандер |
| 198 | 28.01.2013 | Отгрузка продукции | 207 | 1 193 392,00 | Тандер |
| 199 | 28.01.2013 | Отгрузка продукции | 208 | 907 833,60 | Тандер |
| 200 | 29.01.2013 | Отгрузка продукции | 209 | 228 356,00 | Водолей |
| 201 | 29.01.2013 | Отгрузка продукции | 210 | 26 400,00 | Клаббери |
| 202 | 29.01.2013 | Отгрузка продукции | 211 | 3 265 513,00 | Гармония ПКФ |
| 203 | 29.01.2013 | Отгрузка продукции | 212 | 16 200,00 | Магазин 3 |
| 204 | 29.01.2013 | Отгрузка продукции | 213 | 8 256,00 | Магазин 3 |
| 205 | 29.01.2013 | Отгрузка продукции | 214 | 4 002 723,00 | ВДК г.Владивосток |
| 206 | 29.01.2013 | Отгрузка продукции | 215 | 9 290,70 | Бригантина |
| 207 | 29.01.2013 | Отгрузка продукции | 217 | 8 396,00 | Компас-Центр |
| 208 | 29.01.2013 | Отгрузка продукции | 218 | 3 669 745,60 | Алко-профи г.Сочи |
| 209 | 29.01.2013 | Отгрузка продукции | 220 | 13 705,95 | ПиК |
| 210 | 29.01.2013 | Отгрузка продукции | 221 | 619 440,00 | УВВК г.Екатеринбург |
| 211 | 29.01.2013 | Отгрузка продукции | 223 | 1 725 228,00 | Фаер |
| 212 | 29.01.2013 | Отгрузка продукции | 222 | 485 548,50 | Премьер г.Екатеринбург |
| 213 | 29.01.2013 | Отгрузка продукции | 191 | 4 093 584,00 | Генри и К г.Ставрополь |
| 214 | 29.01.2013 | Отгрузка продукции | 224 | 575 520,00 | Роро-Опт |
| 215 | 29.01.2013 | Отгрузка продукции | 226 | 1 118 163,25 | СВТК г.Магадан |
| 216 | 29.01.2013 | Отгрузка продукции | 227 | 106 488,00 | ВТК |
| 217 | 29.01.2013 | Отгрузка продукции | 228 | 4 430 160,00 | Мишель-Алко г.Ростов-на-Дону |
| 218 | 29.01.2013 | Отгрузка продукции | 230 | 20 104,00 | Магазин 3 |
| 219 | 29.01.2013 | Отгрузка продукции | 231 | 1 201 113,00 | Бризант г.Новый Уренгой |
| 220 | 30.01.2013 | Отгрузка продукции | 232 | 3 680 613,00 | Полигранд г.Южно-Сахалинск |
| 221 | 30.01.2013 | Отгрузка продукции | 233 | 3 584 712,00 | Генри и К г.Ставрополь |
| 222 | 30.01.2013 | Отгрузка продукции | 235 | 1 544 870,00 | ПРОД-МАРКЕТ г.Тула |
| 223 | 30.01.2013 | Отгрузка продукции | 237 | 1 914 210,00 | ЭЛЕН г.Сочи |
| 224 | 30.01.2013 | Отгрузка продукции | 236 | 10 200,00 | Магазин 3 |
| 225 | 30.01.2013 | Отгрузка продукции | 239 | 4 016 527,01 | Мишель-Алко г.Ростов-на-Дону |
| 226 | 30.01.2013 | Отгрузка продукции | 241 | 4 089 600,00 | Вестор ТД |
| 227 | 30.01.2013 | Отгрузка продукции | 244 | 616 117,30 | Компания Кредо |
| 228 | 30.01.2013 | Отгрузка продукции | 243 | 99 868,50 | Леопард |
| 229 | 30.01.2013 | Отгрузка продукции | 246 | 410 774,40 | Риф ТК г.Саратов |
| 230 | 30.01.2013 | Отгрузка продукции | 245 | 33 304,60 | Фест Алко (с 2012г.) |
| 231 | 30.01.2013 | Отгрузка продукции | 247 | 767 694,00 | Винопт-Воронеж |
| 232 | 30.01.2013 | Отгрузка продукции | 249 | 3 904 754,40 | Генри и К г.Ставрополь |
| 233 | 30.01.2013 | Отгрузка продукции | 248 | 5 460,00 | Магазин 3 |
| 234 | 30.01.2013 | Отгрузка продукции | 251 | 8 256,00 | Магазин 3 |
| 235 | 31.01.2013 | Отгрузка продукции | 216 | 13 705,95 | Боцман |
| 236 | 31.01.2013 | Отгрузка продукции | 252 | 274 785,00 | Директива |
| 237 | 31.01.2013 | Отгрузка продукции | 253 | 1 494 506,70 | ВДК г.Владивосток |
| 238 | 31.01.2013 | Отгрузка продукции | 255 | 3 963 108,00 | ТОРГ-ОПТ г.Ставрополь |
| 239 | 31.01.2013 | Отгрузка продукции | 257 | 1 701 652,50 | Компания Колорит г. Томск |
| 240 | 31.01.2013 | Отгрузка продукции | 258 | 1 492 980,00 | ЯмалАлко, г. Надым |
| 241 | 31.01.2013 | Отгрузка продукции | 259 | 384 480,00 | ТОРГ-ОПТ г.Ставрополь |
| 242 | 31.01.2013 | Отгрузка продукции | 260 | 3 801 225,00 | ВДК г.Владивосток |
| 243 | 31.01.2013 | Отгрузка продукции | 261 | 16 896,80 | Валентина |
| 244 | 31.01.2013 | Отгрузка продукции | 262 | 7 321,00 | МП городского округа Выкса опт |
| 245 | 31.01.2013 | Отгрузка продукции | 263 | 19 540,40 | МП городского округа Выкса опт |
| 246 | 31.01.2013 | Отгрузка продукции | 264 | 10 401,40 | МП городского округа Выкса опт |
| 247 | 31.01.2013 | Отгрузка продукции | 265 | 12 861,40 | Компас-Союз ООО |
| 248 | 31.01.2013 | Отгрузка продукции | 266 | 4 898,20 | Родник |
| 249 | 31.01.2013 | Отгрузка продукции | 267 | 7 870,60 | Кормилец |
| 250 | 31.01.2013 | Отгрузка продукции | 268 | 4 668,30 | Компас-Центр |
| 251 | 31.01.2013 | Отгрузка продукции | 269 | 6 454,55 | Компас-ОК |
| 252 | 31.01.2013 | Отгрузка продукции | 270 | 4 306,80 | Зокс |
| 253 | 31.01.2013 | Отгрузка продукции | 271 | 883 318,00 | Канон плюс |
| 254 | 31.01.2013 | Отгрузка продукции | 272 | 922 935,20 | САРВИНПРОМ г.Саратов |
| 255 | 31.01.2013 | Отгрузка продукции | 273 | 4 377 264,00 | ТОРГ-ОПТ г.Ставрополь |
| 256 | 31.01.2013 | Отгрузка продукции | 275 | 975 943,60 | РПК-ас г.Орел |
| **Итого:** |  |  |  | **165 699 574,27** |   |

Приложение 4

|  |
| --- |
| **Оборотно-сальдовая ведомость по счету: 90.1.1** |
| **Виды номенклатуры** |
| **за Январь 2013 г.** |
| **ООО "СТАНДАРТЪ"** |
|  |  |  |  |  |  |  |
| Единица измерения: рубль (код по ОКЕИ 383) |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| Субконто | Сальдо на начало периода | Обороты за период | Сальдо на конец периода |
|   | Дебет | Кредит | Дебет | Кредит | Дебет | Кредит |
| Водка "SQUADRA RUSSA (РУССКАЯ ЭСКАДРА)" |   |   |   | 5 002 934,61 |   |   |
| Водка "UZOLA CLASSIC (УЗОЛА КЛАССИЧЕСКАЯ)" |   |   |   | 155 412,45 |   |   |
| Водка "Лебединый рай кристальная" |   |   |   | 3 450 715,50 |   |   |
| Водка "Лебединый рай мягкая" |   |   |   | 4 065 576,88 |   |   |
| Водка "Платинум (PLATINUM) |   |   |   | 28 039 964,07 |   |   |
| Водка "ПЛАТИНУМ КЛЮКВА (PLATINUM CRANBERRY) |   |   |   | 2 061 628,00 |   |   |
| Водка "ПЛАТИНУМ ЛАЙМ (PLATINUM LIME))" |   |   |   | 2 144 853,40 |   |   |
| Водка "С серебро Премиум" |   |   |   | 103 412 325,96 |   |   |
| Водка "СТАРИЦА КЕДРОВАЯ" |   |   |   | 1 336 744,70 |   |   |
| Водка "СТАРИЦА ХЛЕБНАЯ" |   |   |   | 1 090 218,70 |   |   |
| Водка "СТАРИЦА ХРУСТАЛЬНАЯ ЛЮКС" |   |   |   | 2 087 084,05 |   |   |
| Водка "СТАРИЦА ЧИСТАЯ" |   |   |   | 4 800 704,15 |   |   |
| Водка "СТАРИЦА" |   |   |   | 1 387 840,00 |   |   |
| Водка "СТУДЕННАЯ ЛЮКС КЛАССИЧЕСКАЯ" |   |   |   | 2 424 714,47 |   |   |
| Водка "СТУДЕННАЯ ЛЮКС МЯГКАЯ" |   |   |   | 3 524 483,41 |   |   |
| Водка "ЧИСТАЯ ПРИРОДА КРИСТАЛЬНАЯ" |   |   |   | 26 100,00 |   |   |
| Водка "ЧИСТАЯ ПРИРОДА МЯГКАЯ" |   |   |   | 26 100,00 |   |   |
| Доставка готовой продукции |   |   |   | 651 593,92 |   |   |
| Настойка "Рябиновая на коньяке" |   |   |   | 10 580,00 |   |   |
| **Итого развернутое** |  |  |  |  |  |  |
| **Итого** |  |  |  | **165 699 574,27** |  | **165 699 574,27** |
| (должность) (расшифровка подписи) Ответственный:(подпись)

|  |
| --- |
|  |

 |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

Приложение 5

|  |
| --- |
| **Оборотно-сальдовая ведомость по счету: 90.2.1** |
| **Виды номенклатуры** |
| **за Январь 2013 г.** |
| **ООО "СТАНДАРТЪ"** |
|  |  |  |  |  |  |  |
| Единица измерения: рубль (код по ОКЕИ 383) |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| Субконто | Сальдо на начало периода | Обороты за период | Сальдо на конец периода |
|   | Дебет | Кредит | Дебет | Кредит | Дебет | Кредит |
| Водка "SQUADRA RUSSA (РУССКАЯ ЭСКАДРА)" |   |   | 2 005 090,85 |   |   |   |
| Водка "UZOLA CLASSIC (УЗОЛА КЛАССИЧЕСКАЯ)" |   |   | 108 299,49 |   |   |   |
| Водка "Лебединый рай кристальная" |   |   | 662 244,51 |   |   |   |
| Водка "Лебединый рай мягкая" |   |   | 782 564,51 |   |   |   |
| Водка "Платинум (PLATINUM) |   |   | 5 535 338,27 |   |   |   |
| Водка "ПЛАТИНУМ КЛЮКВА (PLATINUM CRANBERRY) |   |   | 345 903,39 |   |   |   |
| Водка "ПЛАТИНУМ ЛАЙМ (PLATINUM LIME))" |   |   | 353 053,76 |   |   |   |
| Водка "С серебро Премиум" |   |   | 28 442 238,93 |   |   |   |
| Водка "СТАРИЦА КЕДРОВАЯ" |   |   | 269 367,29 |   |   |   |
| Водка "СТАРИЦА ХЛЕБНАЯ" |   |   | 210 345,09 |   |   |   |
| Водка "СТАРИЦА ХРУСТАЛЬНАЯ ЛЮКС" |   |   | 393 341,78 |   |   |   |
| Водка "СТАРИЦА ЧИСТАЯ" |   |   | 941 417,68 |   |   |   |
| Водка "СТАРИЦА" |   |   | 242 955,95 |   |   |   |
| Водка "СТУДЕННАЯ ЛЮКС КЛАССИЧЕСКАЯ" |   |   | 560 344,71 |   |   |   |
| Водка "СТУДЕННАЯ ЛЮКС МЯГКАЯ" |   |   | 783 683,26 |   |   |   |
| Водка "ЧИСТАЯ ПРИРОДА КРИСТАЛЬНАЯ" |   |   | 17 314,51 |   |   |   |
| Водка "ЧИСТАЯ ПРИРОДА МЯГКАЯ" |   |   | 16 740,26 |   |   |   |
| Настойка "Рябиновая на коньяке" |   |   | 2 104,86 |   |   |   |
| **Итого развернутое** |  |  |  |  |  |  |
| **Итого** |  |  | **41 672 349,10** |  | **41 672 349,10** |  |
|

|  |
| --- |
|  |

 |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

Приложение 6

|  |
| --- |
| **Оборотно-сальдовая ведомость по счету: 90.3** |
| **Виды номенклатуры; Ставка НДС** |
| **за Январь 2013 г.** |
| **ООО "СТАНДАРТЪ"** |
|  |  |  |  |  |  |  |
| Единица измерения: рубль (код по ОКЕИ 383) |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| Субконто | Сальдо на начало периода | Обороты за период | Сальдо на конец периода |
|   | Дебет | Кредит | Дебет | Кредит | Дебет | Кредит |
| Водка "SQUADRA RUSSA (РУССКАЯ ЭСКАДРА)" |   |   | 452 134,98 |   |   |   |
|  18% |   |   | 452 134,98 |   |   |   |
| Водка "Лебединый рай кристальная" |   |   | 526 380,29 |   |   |   |
|  18% |   |   | 526 380,29 |   |   |   |
| Водка "Лебединый рай мягкая" |   |   | 620 172,76 |   |   |   |
|  18% |   |   | 620 172,76 |   |   |   |
| Водка "Платинум (PLATINUM) |   |   | 3 949 438,05 |   |   |   |
|  18% |   |   | 3 949 438,05 |   |   |   |
| Водка "ПЛАТИНУМ КЛЮКВА (PLATINUM CRANBERRY) |   |   | 314 485,64 |   |   |   |
|  18% |   |   | 314 485,64 |   |   |   |
| Водка "ПЛАТИНУМ ЛАЙМ (PLATINUM LIME))" |   |   | 327 181,04 |   |   |   |
|  18% |   |   | 327 181,04 |   |   |   |
| Водка "С серебро Премиум" |   |   | 15 532 283,80 |   |   |   |
|  18% |   |   | 15 532 283,80 |   |   |   |
| Водка "СТАРИЦА КЕДРОВАЯ" |   |   | 203 910,24 |   |   |   |
|  18% |   |   | 203 910,24 |   |   |   |
| Водка "СТАРИЦА ХЛЕБНАЯ" |   |   | 166 304,59 |   |   |   |
|  18% |   |   | 166 304,59 |   |   |   |
| Водка "СТАРИЦА ХРУСТАЛЬНАЯ ЛЮКС" |   |   | 318 368,78 |   |   |   |
|  18% |   |   | 318 368,78 |   |   |   |
| Водка "СТАРИЦА ЧИСТАЯ" |   |   | 732 311,02 |   |   |   |
|  18% |   |   | 732 311,02 |   |   |   |
| Водка "СТАРИЦА" |   |   | 211 704,43 |   |   |   |
|  18% |   |   | 211 704,43 |   |   |   |
| Водка "СТУДЕННАЯ ЛЮКС КЛАССИЧЕСКАЯ" |   |   | 340 277,49 |   |   |   |
|  18% |   |   | 340 277,49 |   |   |   |
| Водка "СТУДЕННАЯ ЛЮКС МЯГКАЯ" |   |   | 507 048,73 |   |   |   |
|  18% |   |   | 507 048,73 |   |   |   |
| Доставка готовой продукции |   |   | 99 395,67 |   |   |   |
|  18% |   |   | 99 395,67 |   |   |   |
| Настойка "Рябиновая на коньяке" |   |   | 1 613,91 |   |   |   |
|  18% |   |   | 1 613,91 |   |   |   |
| **Итого развернутое** |  |  |  |  |  |  |
| **Итого** |  |  | **24 303 011,42** |  | **24 303 011,42** |  |
| (должность) (расшифровка подписи) Ответственный:(подпись)

|  |
| --- |
|  |

 |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

Приложение 7

|  |
| --- |
| **Оборотно-сальдовая ведомость по счету: 90.4** |
| **Виды номенклатуры** |
| **за Январь 2013 г.** |
| **ООО "СТАНДАРТЪ"** |
|  |  |  |  |  |  |  |
| Единица измерения: рубль (код по ОКЕИ 383) |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| Субконто | Сальдо на начало периода | Обороты за период | Сальдо на конец периода |
|   | Дебет | Кредит | Дебет | Кредит | Дебет | Кредит |
| Водка "SQUADRA RUSSA (РУССКАЯ ЭСКАДРА)" |   |   | 341 040,00 |   |   |   |
| Водка "Лебединый рай кристальная" |   |   | 1 702 208,00 |   |   |   |
| Водка "Лебединый рай мягкая" |   |   | 2 047 160,00 |   |   |   |
| Водка "Платинум (PLATINUM) |   |   | 12 818 380,00 |   |   |   |
| Водка "ПЛАТИНУМ КЛЮКВА (PLATINUM CRANBERRY) |   |   | 981 184,00 |   |   |   |
| Водка "ПЛАТИНУМ ЛАЙМ (PLATINUM LIME))" |   |   | 1 022 464,00 |   |   |   |
| Водка "С серебро Премиум" |   |   | 35 846 594,48 |   |   |   |
| Водка "СТАРИЦА КЕДРОВАЯ" |   |   | 750 540,00 |   |   |   |
| Водка "СТАРИЦА ХЛЕБНАЯ" |   |   | 606 680,00 |   |   |   |
| Водка "СТАРИЦА ХРУСТАЛЬНАЯ ЛЮКС" |   |   | 1 198 240,00 |   |   |   |
| Водка "СТАРИЦА ЧИСТАЯ" |   |   | 2 745 040,00 |   |   |   |
| Водка "СТАРИЦА" |   |   | 812 800,00 |   |   |   |
| Водка "СТУДЕННАЯ ЛЮКС КЛАССИЧЕСКАЯ" |   |   | 1 250 922,00 |   |   |   |
| Водка "СТУДЕННАЯ ЛЮКС МЯГКАЯ" |   |   | 1 862 327,60 |   |   |   |
| Настойка "Рябиновая на коньяке" |   |   | 3 840,00 |   |   |   |
| **Итого развернутое** |  |  |  |  |  |  |
| **Итого** |  |  | **63 989 420,08** |  | **63 989 420,08** |  |
|

|  |
| --- |
|  |

 |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |