

**Солдатова Любовь Ивановна**

канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Костромская государственная

сельскохозяйственная академия»

п. Каравеево, Костромская область

## МЕТОДОЛОГИЯ АНАЛИЗА ПРОДАЖ ПРОДУКЦИИ

**Аннотация:** в статье рассмотрены методики проведения анализа продаж продукции. Изучены объекты, направления анализа, источники информации для проведения анализа производства и продаж продукции. Раскрыта сущность метода ABC и XYZ-анализа.

**Ключевые слова:** методика, анализ, объекты, направления, измерители, ABC-анализ, XYZ-анализ, ритмичность, продукция.

Основными функциями коммерческих организаций являются производство и продажа продукции, поэтому анализ результатов производственной деятельности следует начинать с изучения показателей выпуска и продаж продукции [3, с. 1081]. На рисунке 1 представлены основные объекты анализа продаж продукции.

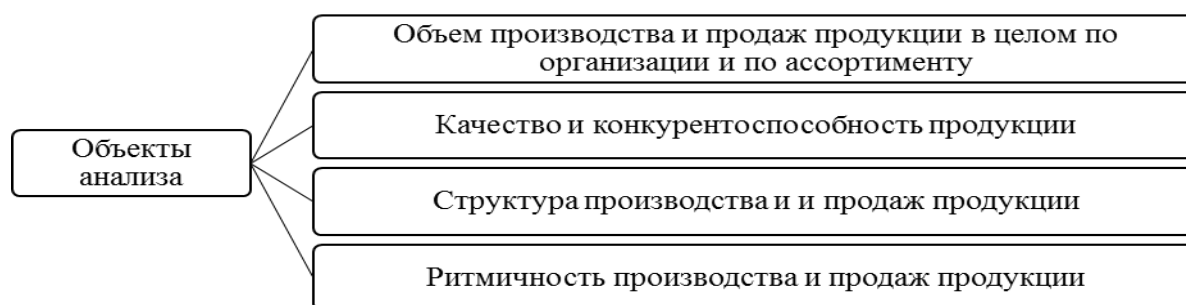


Рис. 1. Объекты анализа продаж продукции

Источниками информации для анализа производства и продаж продукции служат бизнес-план, производственная программа, данные бухгалтерского и статистического учета и отчетности, договора с покупателями продукции, технологические документы и другие [2, с. 72].

В настоящее время известно большое количество методических подходов к анализу производства и продажи продукции, которые предлагают отечественные

и зарубежные авторы [8, с. 129]. Рассмотрим несколько методик отечественных авторов: Г.В. Савицкой, В.И. Бариленко, М.В. Косолаповой, Ю.Г. Чернышевой, Н.В. Войтоловского и Ю.К. Баженова. Они предлагают проводить анализ по следующим направлениям (рис. 2):

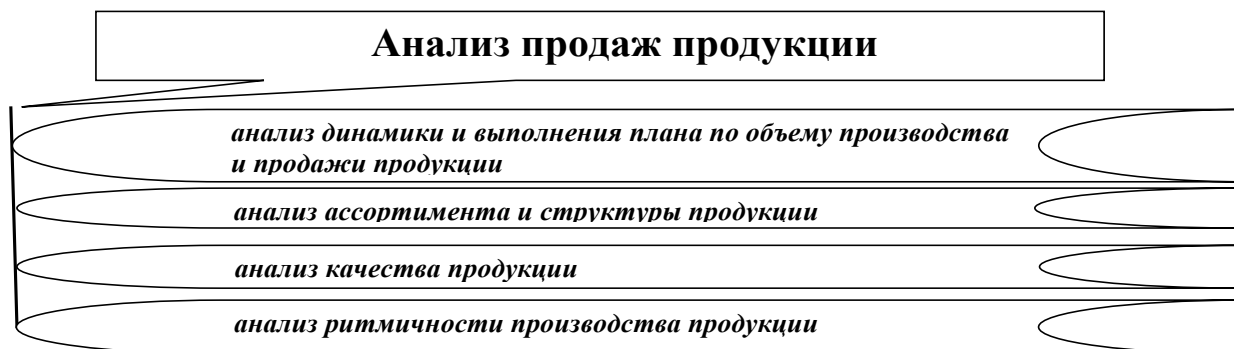


Рис. 2. Направления анализа продаж продукции

На первом этапе анализа Ю.Г. Чернышева, Г.В. Савицкая, Н.В. Войтоловский и В.И. Бариленко для измерения объемов производства и продаж используют (рис. 3).

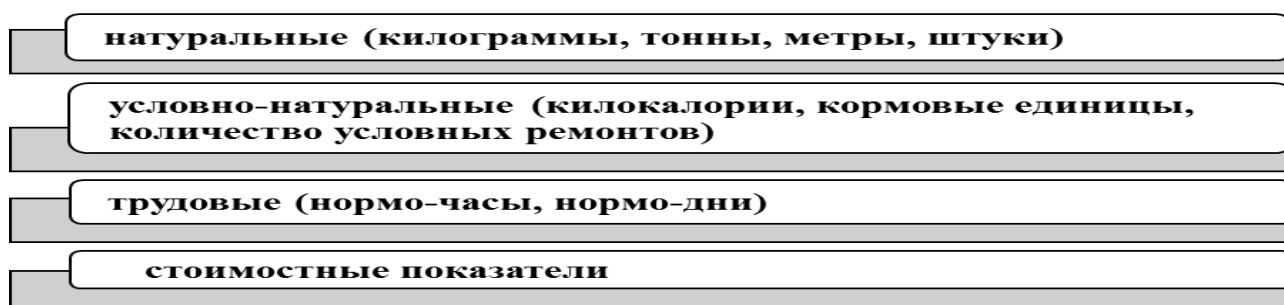


Рис. 3. Измерители, применяемые для анализа объемов производства и продаж

Савицкая Г.В., Войтоловский Н.В. и Косолапова М.В. анализ объемов производства и продаж начинают с изучения динамики выпуска и продажи продукции [6; 12; 25]. При этом указывают на необходимость рассчитывать базисные и цепные темпы роста и прироста.

При анализе динамики и выполнения плана по объему производства и продажи продукции Ю.И. Шмидт, И.В. Жуплей предлагает проанализировать выполнение договорных обязательств по поставкам продукции [7, с. 928]. При этом рассчитывается процент выполнения договорных обязательств по следующей формуле:

$$K_{д.п.} = \frac{ОП_{пл} - ОП_{н}}{ОП_{пл}}, \quad (1)$$

где  $ОП_{пл}$  – плановый объем отгрузки;

$ОП_{н}$  – невыполнение плана.

При оценке выполнения плана по ассортименту продукции Лебедева Е.О., Брагина З.В. предлагают рассчитывать одноименный коэффициент по следующей формуле:

$$K_a = \frac{\sum B_a}{\sum B_o}, \quad (2)$$

где  $B_a$  – объем продукции, зачтенной в выполнении плана по ассортименту, тыс.руб.

$B_o$  – плановый объем производства продукции, тыс. руб [1, с.25].

Чтобы оценить выполнение плана по ассортименту Чернышева Ю.Г. и Бариленко В.И. используют способ наименьшего процента, который рассчитывается по формуле (3).

$$K_{acc} = \frac{ОП_{acc}}{ОП_{пл}} * 100, \quad (3)$$

где  $K_{acc}$  – процент выполнения плана по ассортименту, %;

$ОП_{acc}$  – сумма фактически выпущенных изделий каждого вида, но не более их планового выпуска, тыс.руб.;

$ОП_{пл}$  – плановый выпуск продукции.

Самыми современными методами анализа ассортимента продукции являются ABC и XYZ-анализ [4, с. 109].

ABC-анализ представляет собой метод, упорядочивающий ассортимент товаров по мере их значимости. В основе данного метода лежит принцип Парето: 20% продукции дает 80% оборота и наоборот. Сущность метода ABC заключается в разбивке исследуемых единиц на 3 группы (рисунок 4).

Так как ABC-анализ не учитывает сезонные колебания продаж и обновление ассортимента, то в дополнение к нему применяется XYZ-анализ [5, с. 913].

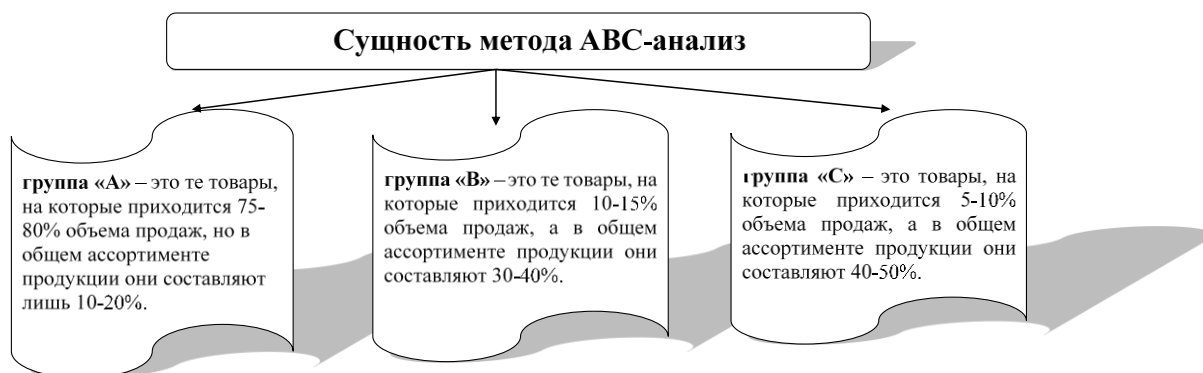


Рис. 4. Сущность метода ABC

При помощи данного метода исследуемые объекты делятся на группы согласно коэффициенту вариации. Чем больше данный коэффициент, тем менее стабильны продажи товара:

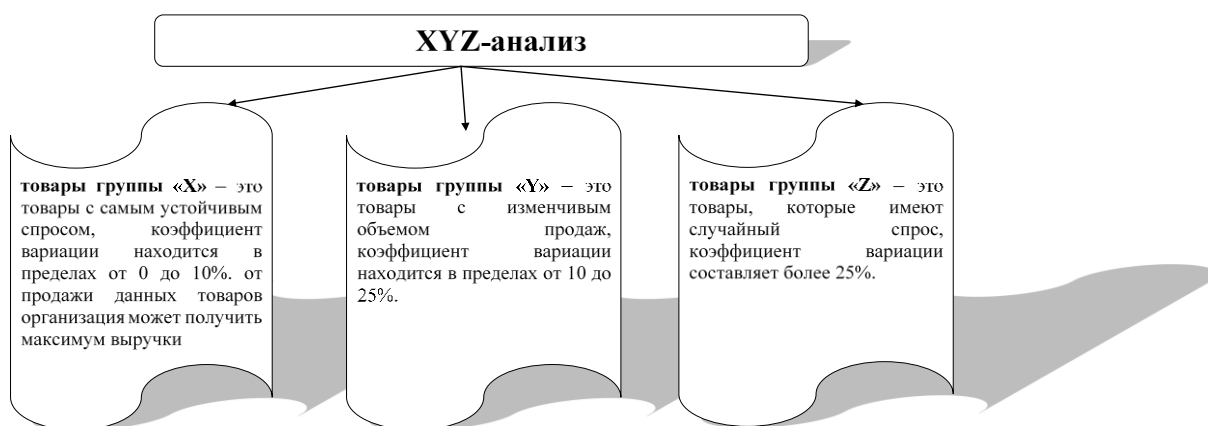


Рис. 5. XYZ-анализ

Полученные данные ABC и XYZ-анализа совмещаются воедино путем построения ассортиментной матрицы, чтобы выявить наиболее выгодных и наименее прибыльных групп товаров. В результате совмещения получается 9 групп, по которым на основе выборки определяется приоритетный поставщик для заказа товара.

Каждая организация заинтересована в том, чтобы производить качественную продукцию, так как это позволяет ей оставаться конкурентоспособной и сохранять завоеванную нишу на рынке. Чем выше качество продукции, тем больше спрос на нее. Поэтому необходимо регулярно проводить анализ качества выпускаемой продукции [6, с. 43].

Ю.Г. Чернышева, Г.В. Савицкая и Н.В. Войтоловский считают, что анализ следует начинать с классификации показателей качества (рис. 6):



Рис. 6. Классификации показателей качества

Качественным показателем работы организации является ритмичность производства продукции [5, с. 912].

Обратным показателем ритмичности служит аритмичность производства, которую необходимо определять на всех стадиях технологического процесса. Неритмичная работа в организации может отрицательно сказываться на многих экономических показателях ее деятельности.

Заключительным этапом анализа ритмичности производства продукции является разработка мероприятий по устранению причин неритмичной работы организации.

Рассмотренные методики во многом схожи, могут дополнять друг друга, могут быть использованы комплексно или отдельно. Всё зависит от целей, задач и информации, имеющейся в распоряжении аналитика.

### **Список литературы**

1. Лебедева Е.О. Экономическая безопасность: инновационный контекст / Е.О. Лебедева, З.В. Брагина. – Караваево: Костромская государственная сельскохозяйственная академия, 2016. – 131 с. – ISBN 978-5-93222-292-8. – EDN WOKNYB.

2. Лебедева Е.О. Эффективность методов регулирования цен на продукцию сельского хозяйства / Е.О. Лебедева // Вестник Костромского государственного

университета им. Н.А. Некрасова. – 2005. – Т. 11. №12. – С. 70–73. – EDN RZBBGJ.

3. Шмидт Ю.И. Методические аспекты оперативного, итогового и перспективного анализа деятельности сельскохозяйственной организации / Ю.И. Шмидт, И.В. Жуплей, Л.И. Солдатова [и др.] // Экономика и предпринимательство. – 2022. – №4 (141). – С. 1080–1084. – DOI 10.34925/EIP.2022.141.4.198. – EDN LIUSYG.

4. Брагина З.В. Приоритеты социально-экономического развития сельских территорий в условиях глобальных вызовов / З.В. Брагина, Т.М. Василькова, Н.Н. Горбина [и др.]. – М.: ИНФРА-М, 2022. – 198 с. – ISBN 978-5-16-017730-4. – DOI 10.12737/1870593. – EDN NVUAWV.

5. Солдатова Л.И. ABC – анализ как метод управления дебиторской задолженностью / Л.И. Солдатова // Экономика и предпринимательство. – 2020. – №7(120). – С. 911–917. – DOI 10.34925/EIP.2020.120.7.188. – EDN OQWGKF.

6. Сайфуллин А.И. Стратегии устойчивого развития: экономические, юридические и социальные аспекты / А.И. Сайфуллин, А.Ю. Межова, А.В. Васильев [и др.]; Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО ЦС РФ «Российский университет кооперации». – Чебоксары: Среда, 2022. – 172 с. – ISBN 978-5-907561-70-0. – DOI 10.31483/a-10369. – EDN NPWOVM.

7. Шмидт Ю.И. Методические аспекты анализа финансового состояния сельскохозяйственной организации / Ю.И. Шмидт, И.В. Жуплей, Л.И. Солдатова [и др.] // Экономика и предпринимательство. – 2021. – №5 (130). – С. 927–934. EDN: JLFYMI

8. Soldatova L.I., Skomoroshchenko A.A., Zhurakhovskiy A.S., Zakharova A.V., Chernov, S.B. Economic and legal gaps in managing modern economic systems' innovative development. The Economic and Legal Foundations of Managing Innovative Development in Modern Economic Systems, 2020. – P. 125–134. EDN: ZJNTCM