

Тема 2 Анализ производства и реализации продукции

Содержание учебного материала:

1. Значение, задачи, объекты и источники информационного обеспечения анализа производства и реализации продукции.
2. Влияние факторов на изменение объема производства и реализации продукции.
3. Резервы увеличения производства и реализации продукции.

Термины и определения:

Задачи и информационное обеспечение анализа;

Анализ динамики и выполнения плана производства и реализации продукции;

Анализ ассортимента и структуры продукции;

Анализ качества произведенной продукции;

Анализ ритмичности работы организации;

Анализ факторов и резервов увеличения выпуска и реализации продукции.

Объем производства и реализации продукции являются взаимозависимыми показателями. Результатом производства и реализации продукции является формирование основного вида дохода – выручки, покрывающей затраты и генерирующей прибыль.

Задачи анализа:

- 1) изучение выполнения плана и динамики производства и реализации продукции;
- 2) оценка влияния факторов на объем производства и реализации;
- 3) поиск и определение внутрихозяйственных резервов увеличения объемов производства и реализации продукции;
- 4) формулировка предложений по освоению выявленных резервов. Информационным обеспечением для проведения анализа производства и

продажи продукции служат агрегированные данные, содержащиеся в форме бухгалтерской, статистической отчетности, а также детальные сведения, формируемые в учетной системе организации. В современных конкурентных условиях практические вопросы реализации продукции стоят на первом месте в управлении.

Показатели производства и реализации продукции за определенный период времени могут выражаться в натуральных, условно-натуральных, трудовых, стоимостных измерителях.

Обобщающие показатели объема производства продукции получают с помощью стоимостной оценки, для чего используют сопоставимые или текущие цены.

Объем реализации продукции определяется или по отгрузке продукции покупателям, или по оплате (выручке).

Объекты анализа:

- объем производства и реализации продукции в целом и по ассортименту;

- качество и конкурентоспособность продукции;
- структура производства и реализации продукции;
- ритмичность производства и реализации продукции.

Товарная продукция – это стоимость выпущенной продукции, выполненных работ и оказанных услуг за вычетом незавершенного производства и внутрихозяйственного оборота.

Для анализа ассортимента производства и реализации продукции (в разрезе номенклатуры) за год, по кварталам, месяцам производится её разделение на полный, групповой и внутригрупповой ассортимент. Анализ ассортимента заключается в оценке его динамики, установления параметров однородности, степени устаревания продукции. Изучение ассортимента продукции проводится с целью уточнения направлений его расширения, что служит средством дополнительного привлечения потенциальных покупателей.

Факторы, влияющие на ассортиментную политику.

- 1) конъюнктура рынка
- 2) уровень дохода населения
- 3) спрос на отдельные виды продукции
- 4) эффективность использования имеющихся у предприятия ресурсов: материальных,
 - трудовых,
 - технических,
 - технологических,
 - финансовых.

Коэффициент выполнения плана по ассортименту – это относительная

величина, определяемая как отношение общего фактического объема выпуска продукции, принятой в расчет к базовому объему производства (реализации) продукции.

Объем продукции, зачтенный в выполнении плана по ассортименту – это объем фактического производства продукции за вычетом изделий, изготовленных сверх планового задания.

Анализ качества продукции.

Качество продукции представляет собой совокупность свойств, определяющих её пригодность удовлетворять определенные требования покупателей.

Качество продукции – это экономическая категория, характеризующая параметрические, эксплуатационные, технологические, потребительские и эстетические

свойства товара, а также уровень стандартизации и унификации изделия, надежность и долговременность использования продукта.

Наряду с ценой, качество – это один из основных показателей конкурентоспособности продукции, повышение которого требует дополнительных затрат и увеличивает себестоимость.

Показатели качества продукции.

-|обобщающие - объективные характеристики, отражающие качество общего фактического объема произведенной продукции независимо от ее вида

и назначения;

-индивидуальные - единичные параметры, характеризующие одно из свойств анализируемой продукции: полезность для организма; надежность, долговечность; многофункциональность и безотказность в эксплуатации; технологичность (степень рациональности технологических и инженерно-конструкторских решений); дизайнерские свойства изделия;

- косвенные: рекламация покупателей, штрафы и неустойки за низкокачественную продукцию, удельный вес, стоимость забракованной продукции, сумма потерь от брака.

При анализе сортовой продукции рассчитывают:

- долю продукции каждого сорта в общем объеме выпуска;
- средний коэффициент сортности;
- средневзвешенную цену в сопоставимых условиях хозяйствования.

Доля продукции каждого сорта в общем выпуске – показатель, характеризующий отношение фактического удельного веса отдельного сорта продукции в ее общем объеме.

Средний коэффициент сортности – относительная величина, рассчитываемая как отношение стоимости продукции всех сортов к возможной стоимости продукции по цене первого сорта.

Анализ ритмичности производства.

Ритмичность – это равномерный выпуск продукции, выполнения работ и оказания услуг в соответствии с графиком в объеме, ассортименте и структуре. Ритмичность определяет:

- качество продукции
- объем незавершенного производства
- остатки годовой продукции на складах
- оборачиваемость капитала
- степень выполнения договорных обязательств по поставке продукции

- своевременность поступления дохода от реализации
- эффективность использования фонда оплаты труда
- уровень себестоимости продукции
- сумму прибыли от основной деятельности
- финансовое состояние предприятия.

Нарушение ритмичности ухудшает результаты хозяйственной деятельности организации вследствие снижения качества продукции, увеличения объемов затрат.

Показатели ритмичности бывают прямыми и косвенными. Прямые показатели:

- коэффициент ритмичности – относительный показатель, величина которого определяется путем суммирования фактических удельных весов выпуска продукции за каждый период, но не более их планового уровня;

- коэффициент вариации – относительный показатель, рассчитываемый как отношение среднеквадратического отклонения от планового задания за смену среднесменному плановому объему производства продукции;

- коэффициент аритмичности – относительный показатель, значение которого определяется как сумма положительных и отрицательных отклонений в производстве продукции от плана за каждую смену;

- удельный вес производства продукции за каждую декаду (сутки) к месячному выпуску;

- доля продукции, выпущенной в первую (вторую, третью) декаду отчетного месяца и т.д.

Косвенные показатели ритмичности:

- доплата за сверхурочные работы;

- оплата простоев по вине предприятия;

- наличие потерь от брака;

- уплата штрафов, пеней, неустоек за несвоевременную или неполную поставку продукции, выполнения работ или оказание услуг;

- 1 наличие сверхплановых остатков незавершенного производства;

- 2 сверхнормативные остатки готовой продукции на складах;

При анализе ритмичности рассчитывают коэффициенты ритмичности, вариации и аритмичности.

Всесторонний анализ производства и реализации продукции невозможен без проведения факторного анализа, в результате которого выявляются и количественно

оцениваются результаты роста выручки от продаж, обосновываются варианты принятия управленческих решений по реализации имеющихся резервов в производстве.

Факторы изменения объема реализации продукции

- объем производства продукции;
- размер остатков незавершенного производства и внутрихозяйственного оборота;
- эффективность использования: трудовых ресурсов, основных производственных фондов, материальных ресурсов;
- величина остатков готовой продукции на складах, средние остатки отгруженной продукции.

Контрольные вопросы по теме:

1. Каковы значение и задачи анализа производства и реализации продукции?
2. Какие источники информации используют для анализа производства и реализации продукции?
3. Какие показатели используются для анализа производства и реализации продукции?
4. В чем вы видите разницу в экономической сущности понятий «Объем продаж» и «Объем реализации продукции»?
5. Охарактеризуйте в целом методику анализа производства и реализации продукции?
6. Как анализируется динамика и выполнение плана производства и реализации продукции?
7. Какова методика оценки ассортиментной политики предприятия?
8. Что такое структура продукции и как она влияет на экономические показатели деятельности предприятия?
9. Назовите обобщающие, индивидуальные и косвенные показатели качества продукции?
10. Изложите методику анализа ритмичности работы предприятия?