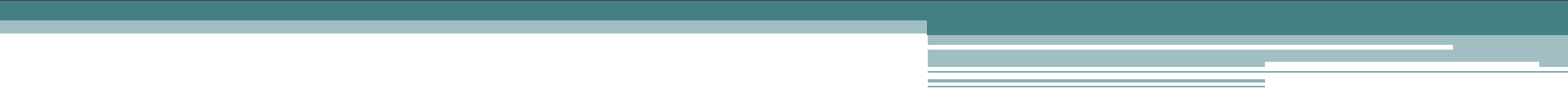


# АНАЛИЗ ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ



# Цели занятия:

## **а) образовательная**

изучить понятие и значение анализа производства и реализации продукции предприятия

## **б) развивающая**

развить понимание сущности и необходимости проведения анализа производства и реализации продукции

## **в) воспитательная**

воспитать интерес к изучаемой дисциплине и будущей профессии

Объем производства и реализации продукции – это взаимозаменяемые показатели. В условиях конкуренции первоначальное значение имеет объем продаж. Предприятие должно производить только то, что реально может продать.

***Целью анализа производства и реализации продукции*** является нахождение путей увеличения объемов производства и реализации продукции, расширение доли рынка при максимальной загрузке производственных мощностей, и как следствие – улучшение финансово-экономического положения предприятия.

# Задачи анализа:

- оценить степень выполнения плана производства и реализации продукции;
- изучить динамику, состав и структуру объема производства и реализации продукции;
- проанализировать ритмичность работы предприятия;
- изучить качество и конкурентоспособность производимой продукции;
- определить факторы, влияющие на объем производства и реализации продукции;
- определить факторы, влияющие на качество продукции и степень их влияния;
- определить выполнение договорных обязательств;
- изыскать резервы увеличения объема производства и реализации продукции.

## При анализе объема производства и реализации продукции применяются:

- **Натуральные показатели** - применяются при анализе объема производства по отдельным видам однородной продукции.
- **Условно-натуральные показатели** - применяются для обобщающей характеристики объема производства продукции. Например, на консервных заводах – условные банки, на ремонтных предприятиях – условные ремонты и т.д.
- **Стоимостные показатели** – это обобщающие показатели объема производства и реализации.

## Основными показателями объема производства и реализации являются:

- **Валовая продукция** – это вся продукция и работы, произведенные на предприятии за год, включая незавершенное производство.
- **Товарная продукция** – это продукция, предназначенная для реализации. Отличается от валовой тем, что в ее состав не входит незавершенное производство и внутрихозяйственный оборот.
- **Реализованная продукция** – это продукция, отгруженная и оплаченная покупателями.

## Анализ производства и реализации продукции включает:

1. Анализ динамики и выполнения плана производства и реализации продукции
2. Анализ ассортимента и структуры продукции
3. Анализ качества продукции
4. Анализ ритмичности работы предприятия
5. Анализ факторов и резервов увеличения выпуска и реализации продукции



## Анализ динамики и выполнения плана производства и реализации продукции включает:

- Изучение динамики валовой, товарной и реализованной продукции.
- Расчет базисных и цепных темпов роста и прироста.
- Оценку выполнения плана производства продукции.
- Оценку выполнения плана по реализации продукции.
- Анализ исполнения договорных обязательств по поставке продукции.

# Анализ ассортимента и структуры продукции

## Основные показатели

- Объем производства продукции плановый
- Объем производства продукции фактический
- Структура произведенной продукции
- Выручка предприятия

## Направления анализа

- Оценка выполнения плана по ассортименту продукции
- Анализ структуры произведенной продукции
- Анализ влияния структуры продукции на сумму выручки

# Анализ качества произведенной продукции

- **Качество продукции** – это совокупность свойств продукции (параметрических, эксплуатационных, потребительских, технологических, дизайнерских, уровня ее стандартизации, надежности и долговечности).
- Высокий уровень качества продукции способствует повышению спроса на нее, а следовательно увеличению объема реализации и прибыли.
- Сумма прибыли, в этом случае, увеличивается не только за счет роста объема продаж, но и за счет более высоких цен.

# Направления анализа качества продукции:

1. Анализ качества продукции
2. Анализ сортности продукции
3. Анализ брака

Косвенный показатель качества продукции – брак.

Брак бывает:

1. Исправимый и неисправимый
2. Внутренний и внешний.

В ходе анализа изучают динамику брака по абсолютной сумме и удельному весу в общем выпуске ТП, определяют потери от брака.

Следующий шаг – изучение причин понижения качества продукции и разработка мероприятий по их устранению.

# Причины снижения качества

- Плохое качество сырья
- Неэффективные технологии
- Низкая квалификация рабочих
- Аритмичность работы

Анализ ритмичности работы  
предприятия предусматривает  
анализ прямых и косвенных  
показателей.

## Прямые показатели:

- *Коэффициент ритмичности* - определяется путем суммирования фактических удельных весов выпуска за каждый период, но не более планового их уровня.
- *Коэффициент вариации* – отношение среднеквадратического отклонения от планового задания за сутки к среднесуточному плановому выпуску продукции
- *Коэффициент аритмичности* – сумма положительных и отрицательных отклонений в выпуске продукции от плана за каждый день.
- *Удельный вес производства продукции* за каждую декаду (сутки) к месячному выпуску, за месяц – к квартальному, за квартал – к годовому.



## Косвенные показатели:

- наличие доплат за сверхурочные работы;
- оплата простоев по вине предприятия;
- потери от брака;
- штрафы за невыполнение обязательств по доставке и отгрузке;
- наличие сверхнормативных остатков незавершенного производства и готовой продукции на складах.

# Причины аритмичности работы предприятия

## Внутренние:

- тяжелое финансовое положение предприятия;
- низкий уровень организации, технологии;
- плохое материально-техническое обеспечение производства;
- низкий уровень планирования и контроля.

## Внешние:

- несвоевременная поставка сырья и материалов;
- недостаток энергоресурсов не по вине предприятия и др.

# Анализ факторов и резервов увеличения выпуска и реализации продукции

Резервы увеличения объемов производства – это количественно измеримые возможности его увеличения за счет улучшения использования ресурсов предприятия.

# Резервы повышения объема производства и реализации продукции

- Улучшение структуры основных фондов
- Повышение производительности оборудования
- Улучшение структуры кадров, рост их квалификации
- Повышение производительности труда
- Ликвидация потерь рабочего времени
- Создание дополнительных рабочих мест
- Улучшение использования труда