**Содержание**

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

1. Цели и задачи анализа производства и реализации продукции…………...……4

2.Этапы анализа производства и реализации продукции…………………......…...6

2.1. Анализ формирования и выполнения производственной программы.........8

2.1.1. Анализ объема продукции……………………………………….....…..10

2.1.2. Анализ ассортимента и структуры продукции………………….....….11

2.2. Анализ качества продукции………………………………………….....……13

2.3. Анализ ритмичности производства………………………………….....……15

2.4.Анализ выполнения договорных обязательств и реализации продукции....17

Заключение………………………………………………………………….........…...18

Список использованной литературы…………………………………............……...19

Приложение 1.................................................................................................................20

**Введение**

Переход к рыночной экономике требует от предприятий повышения эффективности производства, конкурентоспособности продукции и услуг на основе внедрения достижений научно-технического прогресса, эффективных форм хозяйствования и управления производством, преодоления бесхозяйственности, активизации предпринимательства, инициативы и т. д.

Важная роль в реализации этой задачи отводится экономическому анализу деятельности субъектов хозяйствования. С его помощью вырабатывается стратегия и тактика развития предприятия, обосновываются планы и управленческие решения, осуществляется контроль за их выполнением, выявляются резервы повышения эффективности производства, оцениваются результаты деятельности предприятия, его подразделений и работников.

 Квалифицированный экономист, финансист, бухгалтер, аудитор должен хорошо владеть современными методами экономических исследований, методикой системного, комплексно-экономического анализа, мастерством точного, своевременного, всестороннего анализа результатов хозяйственной деятельности.

 Данная курсовая работа посвящена одному из важнейших разделов анализа хозяйственной деятельности предприятия – анализу производства и реализации продукции.

Объем производства и реализации про­дукции являются взаимозависимыми пока­зателями. В условиях ограниченных про­изводственных возможностей и неограни­ченном спросе на первое место выдвигается объем производства продукции. Но по мере насыщения рынка и усиления конкуренции не производство определяет объем продаж, а наоборот, возможный объем продаж явля­ется основой разработки производственной программы. Предприятие должно произво­дить только те товары и в таком объеме, ко­торые оно может реально реализовать.

Темпы роста объема производства и реа­лизации продукции, повышение ее качества непосредственно влияют на величину из­держек, прибыль и рентабельность пред­приятия. Поэтому анализ данных показате­лей имеет важное значение на любом предприятии.

**1. Задачи анализа производства и реализации продукции.**

Объем производства и объем реализации продукции являются взаимозависимыми показателями. В условиях ограниченных производственных возможностей и неограниченного спроса приоритет отдается объему производства продукции, который определяет объем продаж. Но по мере насыщения рынка и усиления конкуренции не производство определяет объем продаж, а, наоборот, возможный объем продаж является основой разработки производственной программы. Предприятие должно производить только те товары и в таком объеме, которые оно может реализовать.

Темпы роста объема производства и реализации продукции, повышение ее качества непосредственно влияют на величину издержек, прибыль и рентабельность предприятия. Поэтому анализ данных показателей имеет большое значение.

**Основные задачи анализа:**

* Оценка степени выполнения плана и динамики производства и реализации продукции;
* Определение влияния факторов на изменение величины этих показателей
* Выявление внутрихозяйственных резервов увеличения выпуска и реализации продукции;
* Разработка мероприятий по освоению выявленных резервов

Объем производства и реализации продукции может выражаться в натуральных, условно-натуральных, трудовых и стоимостных измерителях. Обобщающие показатели объема деятельности предприятия получают с помощью стоимостной оценки, для чего используют сопоставимые или текущие цены.

Объем реализации продукции определяется по отгрузке продукции покупателями, или по оплате; может выражаться в сопоставимых, плановых и текущих ценах. В условиях рыночной экономики этот показатель приобретает первостепенное значение. От того, как продается продукция, какой спрос на нее на рынке, зависит и ее объем производства.

Немаловажное значение для оценки выполнения производственной программы имеют и натуральные показатели объемов производства и реализации продукции. Их используют при анализе объемов производства и реализации продукции по отдельным видам и группам однородной продукции.

Условно-натуральные показатели, как и стоимостные, применяются для обобщенной характеристики объемов производства продукции.

Нормативные трудозатраты также используются для обобщенной оценки объемов выпуска продукции - в тех случаях, когда в условиях многопродуктового производства не представляется возможным выразить общий его объем в натуральных или условно-натуральных измерителях.

**2. Этапы анализа производства и реализации продукции**

Предприятия самостоятельно планируют свою деятельность на основе договоров, заключенных с потребителями продукции и поставщиками материально-технических ресурсов, и определяют перспективы развития исходя из спроса на производимую продукцию, работы и услуги. В своей деятельности предприятия обязаны учитывать интересы потребителя и его требования к качеству поставляемой продукции и услуг.

Поэтому анализ работы промышленных предприятий начинают с изучения показателей выпуска продукции, который предполагает следующие *этапы*:
1. Анализ формирования и выполнения производственной программы;

1.1. Анализ объема продукции;

1.2. Анализ ассортимента продукции;

1.3. Анализ структуры продукции;

2. Анализ качества продукции;

3. Анализ ритмичности производства;

4. Анализ выполнения договорных обязательств и реализации продукции.

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

Объем производства промышленной продукции может выражаться в натуральных, условно-натуральных и статистических измерителях. Обобщающие показатели объема производства продукции получают с помощью стоимостной оценки – в оптовых ценах.

Основными показателями объема производства являются товарная и валовая продукция.

*Валовая продукция* – стоимость всей продукции и выполненных работ, включая незавершенное производство, выраженная в сопоставимых ценах.

*Товарная продукция* – валовая продукция за минусом внутризаводского оборота и незавершенного производства.

*Реализованная продукция* - стоимость реализованной продукции, отгруженной и оплаченной покупателями.

**2.1. Анализ формирования и выполнения производственной программы**

В ходе анализа динамики объема производства продукции могут применяться натуральные (штуки, метры, тонны и т.д.), условно-натуральные (тысяча условных банок, количество условных ремонтов и др.), стоимостные показатели объемов производства продукции. Последний показатель является более предпочтительным.

Стоимостные показатели объема производства должны быть приведены в сопоставимый вид. В условиях инфляции нейтрализация изменения цен или «стоимостного» фактора является важнейшим условием сопоставимости данных.

В международном учетном стандарте №15 «Информация, характеризующая влияние изменения цен» нашли отражение две основные концепции. Первая соответствует «Методике оценки объектов бухгалтерского учета в денежных единицах одинаковой покупательной стоимости» и ориентирована на общий индекс инфляции национальной валюты. При анализе динамики объема производства необходимо произвести корректировку на общий индекс инфляции национальной валюты.

Вторая концепция лежит в основе «Методики переоценки объектов бухгалтерского учета в текущую стоимость». Методика ориентирована на применение индивидуальных индексов цен на товар или товарную группу. При этом могут применяться следующие методы:

- пересчета объема производства продукции за отчетный год по ценам аналогичной продукции базисного периода (по относительно небольшой номенклатуре выпускаемой продукции);

- корректировки на агрегатный индекс изменения цен (Jц) по группе однородных товаров (работ, услуг) или по отрасли в целом:

,

где VВП1 – выпуск продукции в отчетном периоде в натуральном выражении;

VВП0 – выпуск продукции в базисном периоде в натуральном выражении;

 Ц0 – цена единицы продукции в базисном периоде.

Тогда сопоставимый с базисным фактический объем выпуска продукции (ВП1ЦП) рассчитываем по формуле

 ,

где ВП1 – объем выпускаемой продукции в стоимостном выражении.

С применением вышеназванных методов нейтрализуется влияние изменения цен на конкретный товар или товарную группу.

**2.1.1. Анализ объема продукции**

*Анализ объема производства* начинают с изучения динамики валовой и товарной продукции, расчета индексов их роста и прироста

Динамика товарной продукции

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Год | Товарная продукция в сопоставимых ценах, руб | Темпы роста, % |
| Базисные | Цепные |
|    |    | Тб=ТПi/ТП0 х 100% | Тц= ТПi /ТПi-1 х 100% |

где ТПi-1, ТПi – объем товарной продукции в стоимостном выражении в сопоставимых ценах в i-1 и i-ом году соответственно;

 ТПо - объем товарной продукции года, взятого за базу сравнения.

На основе полученных данных можно рассчитать среднегодовые темпы роста (Tср) и прироста (Тпр) товарной продукции:

,

Тпр = Тср – 100 .

**2.1.2.Анализ ассортимента и структуры продукции**

Большое влияние на результаты хозяйственной деятельности оказывают ассортимент и структура производства и реализации продукции.

Своевременное обновление ассортимента продукции с учетом изменения конъюнктуры рынка является одним из важнейших индикаторов деловой активности предприятия и его конкурентоспособности.

При формировании ассортимента и структуры выпуска продукции предприятие должно учитывать, с одной стороны, спрос на данные виды продукции, а с другой наиболее эффективное использование трудовых, сырьевых, технических, технологических, финансовых и других ресурсов, имеющихся в его распоряжении.

Система формирования ассортимента включает в себя:

* Определение текущих и перспективных потребностей покупателей;
* Оценку уровня конкурентоспособности выпускаемой или планируемой к выпуску продукции;
* Изучение жизненного цикла изделий на рынках, принятие своевременных мер по внедрению новых, более совершенных видов продукции и изъятие из производственной программы морально устаревших и экономически неэффективных изделий;
* Оценку экономической эффективности и степени риска изменений в ассортименте продукции.

Обобщающую характеристику изменений ассортимента продукции дает одноименный коэффициент, уровень которого определяется следующим образом:

К ас = Объем продукции, принятый в расчет/Базовый объем производства продукции

В расчет данного коэффициента принимается фактический выпуск продукции каждого вида в отчетном периоде, но не более базового.

Изменение структуры производства оказывает большое влияние на все экономические показатели: объем выпуска в стоимостной оценке, материалоемкость, себестоимость товарной продукции, прибыль, рентабельность. Если увеличивается удельный вес более дорогой продукции, то объем ее выпуска в стоимостном выражении возрастет, и наоборот. То же происходит с размером прибыли при увеличении удельного веса высокорентабельной и, соответственно, приуменьшении доли низкорентабельной продукции.

Расчет влияния структуры производства на уровень перечисленных показателей можно произвести способом цепной подстановки, который позволяет абстрагироваться от всех факторов, кроме структуры продукции.

**2.2 Анализ качества продукции**

Важным показателем деятельности промышленных предприятий является качество продукции. Его повышение – одна из форм конкурентной борьбы, завоевания и удержания позиций на рынке. Высокий уровень качества продукции способствует повышению спроса на продукцию и увеличению суммы прибыли за счет не только объема продаж, но и более высоких цен.

*Качество продукции* - совокупность свойств продукции, способных удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением. Количественная характеристика одного или нескольких свойств продукции, составляющих ее качество, называется показателем качества продукции.

Различают обобщающие индивидуальные и косвенные показатели качества.

К *обобщающим показателям качества* относят:

- удельный и качественный вес продукции в общем объеме ее выпуска;
- удельный вес продукции, соответствующей мировым стандартам;
- удельный вес экспортируемой продукции, в том числе в высокоразвитые промышленные страны;

- удельный вес аттестованной продукции;

- удельный вес сертифицированной продукции;

- средневзвешенный балл продукции;

-удельный вес продукции, соответствующий мировым стандартам.

*Индивидуальные показатели* характеризуют полезность (жирность молока, содержание белка в продукте и т.д), надежность (долговечность, безотказность в работе), технологичность (трудоемкость и энергоемкость).

*Косвенные* – штрафы за некачественную продукцию, объем и удельный вес забракованной продукции, потери от брака и т.д.

В процессе анализа изучают динамику этих показателей, выполнение плана по их уровню, причины их изменений.

Для обобщающей оценки выполнения плана по качеству продукции используют разные методы. Сущность балльного метода оценки состоит в определении средневзвешенного балла качества продукции, и путем сравнения фактического и планового его уровня находят процент выполнения плана по качеству.

Кроме того, оценка выполнения плана по качеству продукции производится по удельному весу забракованной и зарекламированной продукции.

Качество продукции является параметром, оказывающим влияние на такие стоимостные показатели работы предприятия, как выпуск продукции (ВП), выручка от реализации (В), прибыль (П).

Изменение качества затрагивает прежде всего изменение цены и себестоимости продукции, поэтому формулы для расчета будут иметь вид

;

;
.

где Ц0, Ц1 – соответственно цена изделия до и после изменения качества;
С0, С1 – себестоимость изделия до и после изменения качества;

VВПК - количество произведенной продукции повышенного качества;
РПК- количество реализованной продукции повышенного качества.

Косвенным показателем качества продукции является брак.

Он делится на исправимый и неисправимый, внутренний (выявленный на предприятии) и внешний (выявленный у потребителя).

Выпуск брака ведет к росту себестоимости продукции и снижению объема товарной продукции, снижению прибыли и рентабельности.

В процессе анализа изучают динамику брака по абсолютной сумме и по удельному весу в общем объеме выпущенной продукции, определяют потери от брака и потери продукции.

**2.3. Анализ ритмичности производства**

*Ритмичность* – равномерный выпуск продукции в соответствии с графиком в объеме и ассортименте, предусмотренном планом.

Аритмичность производства продукции влияет на все экономические показатели: снижается качество продукции, растут объем незавершенного производства и сверхплановые остатки готовой продукции на складах, замедляется оборачиваемость оборотных средств предприятия. За невыполненные поставки продукции предприятие платит штрафы, несвоевременно поступает выручка, перерасходуется фонд оплаты труда, растет себестоимость продукции, падает прибыль.

Существуют прямые показатели оценки ритмичности, к которым относят:
- коэффициент ритмичности (Крит.). Он определяется отношением фактического (но не выше планового задания) выпуска продукции (или ее удельного веса) - VВП1,0 к плановому выпуску (удельному весу) - VВП0:

Крит. = VВП1,0 : VВП0 ;

- коэффициент вариации (Квар) определяется как отношение среднеквадратичного отклонения от плановых заданий (за сутки, декаду, месяц и т.д.) к среднесуточному (среднедекадному, среднемесячному и т.д) плановому выпуску ():

,

где n – число суммируемых плановых заданий.

Косвенными показателями ритмичности являются наличие доплат за сверхурочные работы, оплата простоев по вине предприятия, потери от брака, уплата штрафов за недопоставку и несвоевременную отгрузку продукции и др.

В процессе анализа необходимо подсчитать упущенные возможности предприятия по выпуску продукции в связи с неритмичной работой. Для этого используют:
а) разность между плановым и засчитанным выпуском продукции;
б) разность между фактическим и возможным выпуском продукции, исчисленным исходя из наибольшего среднесуточного (среднедекадного) объема производства.

В заключение анализа разрабатывают мероприятия по устранению причин неритмичной работы.

**2.4.** **Анализ выполнения договорных обязательств и реализации продукции.**

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

На изменение объема реализации влияют многочисленные факторы (Приложение 1).

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

РП = ГПзап.I + ВП - ГПзап.II ,

где РП - объем реализованной продукции;

ГПзап.I, ГПзап.II - запасы готовой продукции на начало и конец периода соответственно;

ВП - объем выпуска продукции за период.

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

Кд = (ВП0 - ВПн) / ВП0 ,

где ВП0 - плановый объем продукции для заключения договоров;

ВПн - недопоставка продукции по договорам.

Анализ выполнения договорных обязательств ведется работниками отдела сбыта предприятия. Он должен быть организован в разрезе отдельных договоров, видов продукции, сроков поставки. При этом производится оценка выполнения договорных обязательств нарастающим итогом с начала года.

**Заключение**

Под качеством продукции в экономико-статистическом аспекте, по нашему мнению, наиболее целесообразно понимать степень удовлетворения потребности конкретного потребителя каждой единицей данной продукции. Причем степень удовлетворения зависит от совокупности свойств этой продукции и проявляется в заданных условиях потребления.

Статистическое измерение качества продукции предполагает определение ее полезного эффекта, то есть меры удовлетворения потребности в данной продукции путем сравнения ее качества с качеством образца-эталона, принятого за базу для сравнения. Поскольку процесс измерения качества освоенной, повседневно выпускаемой продукции имеет вероятностный характер, по нашему мнению, целесообразно применять методы математической статистики в исследовании проблемы измерения и оценки качества продукции.

Качество продукции можно охарактеризовать с двух сторон: производственное качество - это совокупность свойств продукции, произведенной в соответствии с требованиями стандартов, и потребительское качество - это конкретный результат потребления, обусловленный производственным качеством и проявляющийся в неизменных условиях потребления. Зависимость между потребительским и производственным качеством может быть выражена соответствующими корреляционными уравнениями. Использование корреляционных уравнений связи между потребительским и производственным качеством продукции положено в основу совершенствования существующей практики учета качества и создания единой системы экономико-статистического измерения качества продукции диверсифицированного корпоративного объединения.

**Список использованной литературы**

1. Баканов М.И. «Теория анализа хозяйственной деятельности» 2003г.
2. Волков И.М. , Грачева М.В. «Проектный анализ» 2000г.
3. Ришар Жак «Аудит и анализ хозяйственной деятельности» 1997 г.
4. Савицкая Г.В. «анализ хозяйственной деятельности предприятия» 2006г.
5. Стоун Д., Хитчинг К. «Бухгалтерский учет и финансовый анализ» 2005г.

**Приложение 1.**

**Модель факторной системы объема реализации продукции**

.