

Последовательность проведения комплексного экономического анализа

Блок 1 Предварительный комплексный обзор обобщающих показателей

Блок 2 Анализ технико-организационного уровня, социальных, природных и внешнеэкономических условий производства

Блок 8
Анализ величины и структуры авансированного капитала

Блок 3 Анализ использования ОПФ

Блок 4 Анализ использования оборотных средств

Блок 5 Анализ использования трудовых ресурсов

Блок 7
Анализ себестоимости продукции

Блок 9
Анализ оборачиваемости производственных средств

Блок 6 Анализ объема, структуры и качества продукции

Блок 10
Анализ прибыли продукции

Блок 11 Анализ рентабельности ХД

Блок 12 Анализ финансового состояния и платежеспособности

Блок 13 Обобщающая оценка эффективности работы предприятия

Тема № 3. Анализ в системе маркетинга промышленных предприятий.

Занятие № 1 (лекция).

Учебные вопросы:

1. Анализ объема производства, ассортимента и структуры выпуска продукции.
2. Анализ качества продукции и работ.
3. Анализ ритмичности работы предприятия.

Литература

а) Основная:

1. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа: Учебник. М.: Финансы и статистика, 2012., с. 268 - 271.
2. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Минск: ООО «Новое знание», 2013., – с. 440 - 467.
3. Бекренёв Ю.В. Основные вопросы КЭАХД. Уч. пособ. ЯФ МЭСИ, Ярославль, 2015.

б) Дополнительная:

1. В.В. Ковалев, О.Н. Волкова. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. – М.: ПБОЮЛ Гриженко Е. М., 2012. – с. 295-305, 308-321.

Структурно-логическая схема изучения материала

1-й вопрос.

Маркетинг как система управления по изучению потребительского спроса

Цели, содержание, задачи маркетингового анализа

Анализ объема производства и реализации продукции

- задачи, объекты и информационная база анализа
- показатели производства и реализации продукции
- методика анализа объема производства и реализации продукции
- анализ ассортимента продукции
- анализ влияния структуры продукции на объем производства

2-й вопрос.

Анализ качества продукции

- задачи анализа;
- показатели качества продукции;
- анализ влияния качества продукции на стоимостные показатели выпуска
- анализ брака

3-й вопрос.

Анализ ритмичности работы предприятия

- коэффициент ритмичности
- коэффициент вариации
- показатель аритмичности

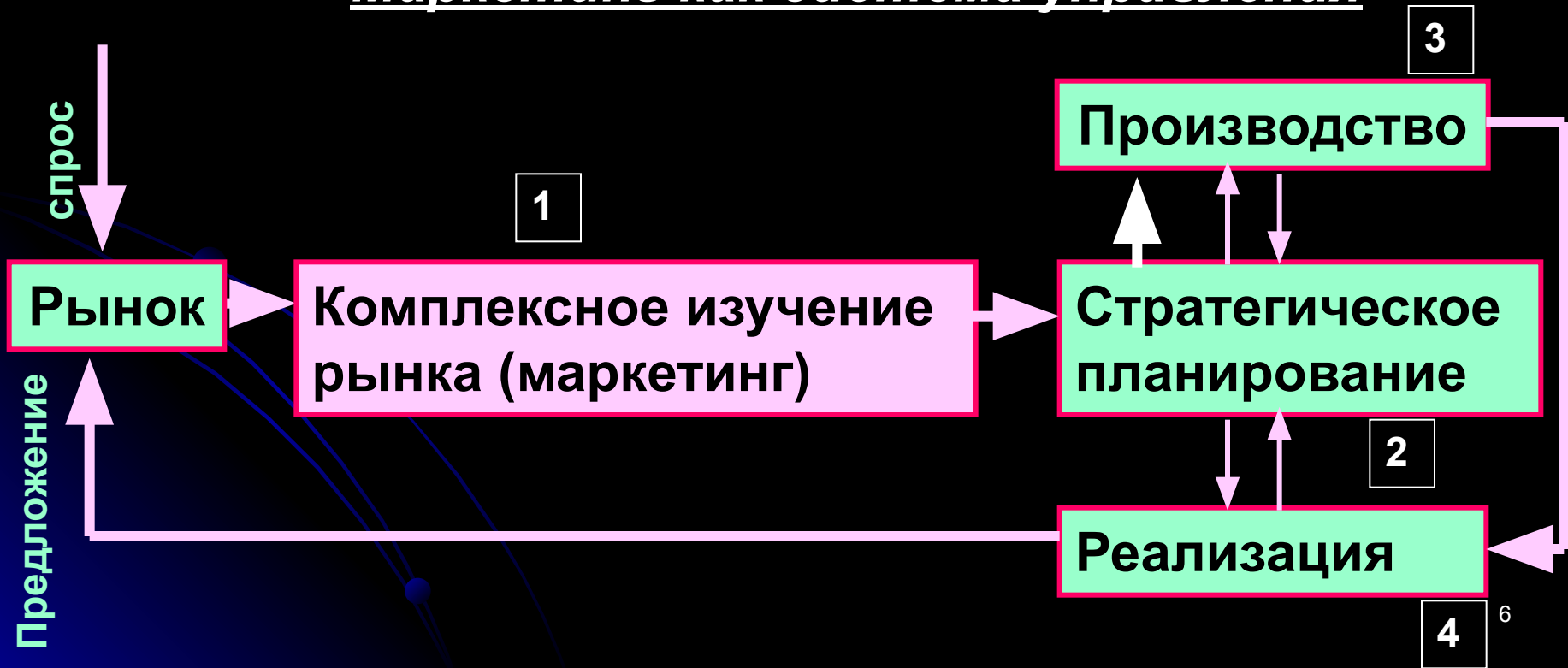
1 вопрос.

**Анализ объема производства,
ассортимента и структуры
выпуска продукции**

Маркетинг есть совокупность организационно-технических и коммерческих мероприятий фирмы, связанных с реализацией товаров и услуг.

Маркетинг рассматривается как система управления с обратной связью, отслеживающая потребительский спрос и корректирующая предложение

Маркетинг как система управления



Задачи маркетингового анализа:

1. Изучение спроса на продукцию и рынков ее сбыта;
2. Обоснование плана производства продукции анализом спроса на нее;
3. Анализ факторов спроса и риска не востребоваемости продукции;
4. Оценка конкурентоспособности продукции и резервов ее повышения;
5. Разработка стратегии и тактики формирования спроса на продукцию;
6. Оценка эффективности производства и сбыта.

Цель маркетингового анализа – проведение маркетинговых исследований в области производства и сбыта продукции, построенных на анализе спроса на производимую продукцию.

Значение МА: в условиях конкуренции и ограниченном платежеспособностью спросом не производство определяет объем продаж, а возможный объем продаж является основой разработки производственной программы.

Задачи анализа объема производства и реализации продукции:

1. Оценка степени выполнения плана производства и реализации продукции, а также оценка их динамики;
2. Определение влияния факторов на изменение величин показателей производства и реализации продукции;
3. Выявление резервов увеличения выпуска и реализации продукции;
4. Разработка мероприятий по освоению выявленных резервов.

Объекты анализа

Объем производства и реализации продукции в целом и по ассортименту (1)

Структура производства и реализации продукции (2)

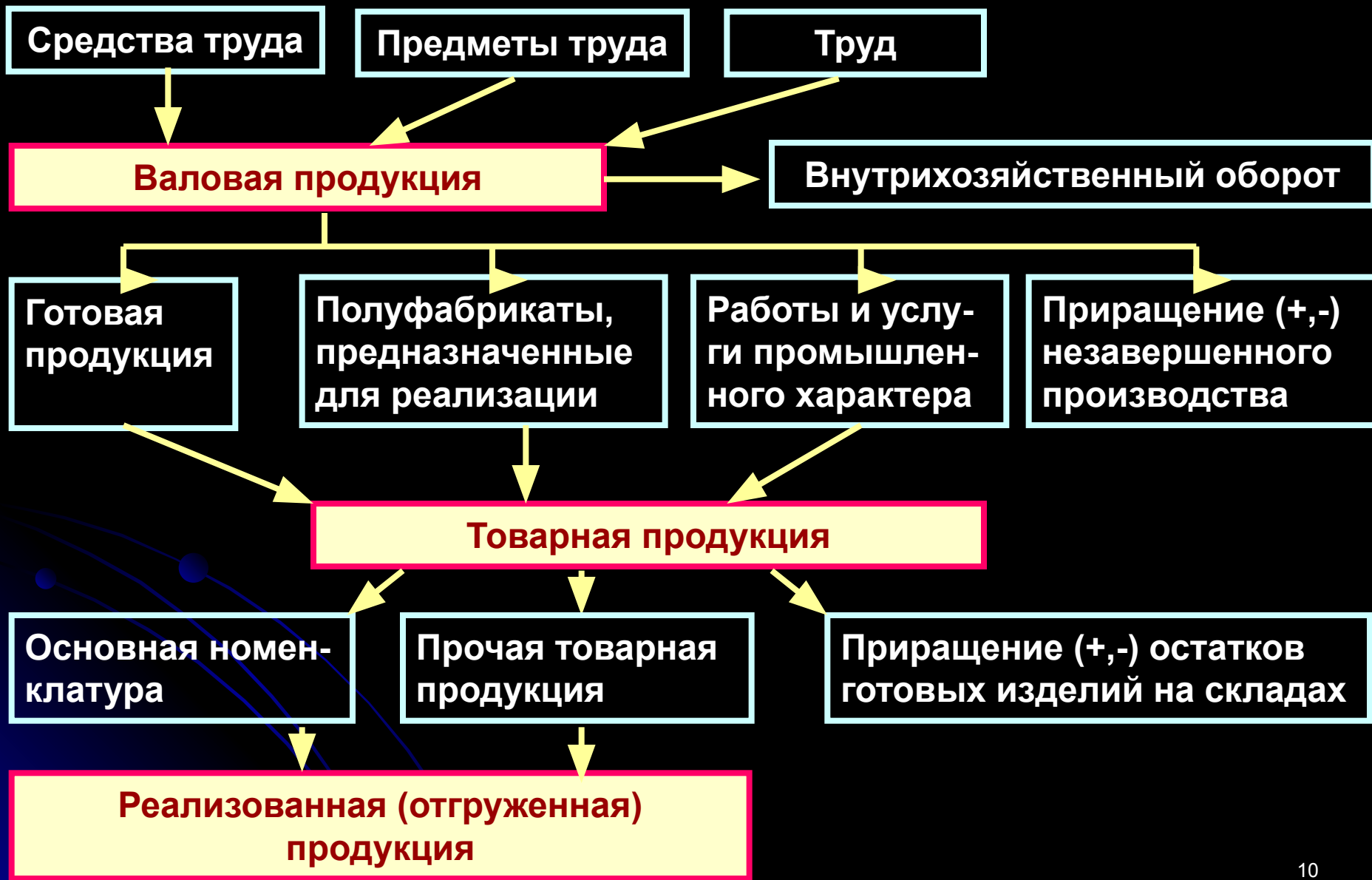
Качество продукции (3)

Ритмичность производства и реализации продукции (4)

Основные показатели объема производства и реализации:

- валовая продукция,
- товарная продукция,
- реализованная (отгруженная) продукция.

Схема формирования показателей производства и реализации продукции



- **Товарная продукция (ТП)** – стоимость той части производимой предприятием продукции, которая предназначена для реализации.

$$T_n = GI + ПФ + H_{об} + УР_{пх}, \quad \text{где:}$$

ГИ – стоимость готовых изделий;

ПФ – стоимость полуфабрикатов своего производства и продукции вспомогательных цехов для реализации на сторону;

H_{об} – стоимость нестандартного оборудования предприятия, реализуемых на сторону;

УР_{пх} – стоимость услуг и работ промышленного характера по заказам со стороны, выполненных предприятием.

Товарная продукция характеризует объем **произведенной продукции**

Валовая продукция (ВП) – это стоимость общего результата производственной деятельности предприятия за определенный период времени.

ВП характеризует объем произведенной продукции.

Способы расчета ВП:

По незавершенному производству

$$ВП = ТП + НЗП_{кп} - НЗП_{нп},$$

где: $НЗП_{нп}$, $НЗП_{кп}$ – остатки незавершенного производства на начало (конец) периода.

Незавершенное производство (НЗП) – незаконченная производством продукция и не сданная на склад готовых изделий.

Незавершенное производство учитывается по плановой себестоимости.

Формула для расчета: $НЗП = В_c \cdot T_H \cdot C_{п} \cdot K_{нз}$

Способы расчета ВП:

2) По внутризаводскому обороту

$$ВП = V_o - V_{3o},$$

где: V_o – валовой оборот;

V_{3o} – внутризаводской оборот.

Валовой оборот (V_o) – это стоимость всего объема продукции, произведенного за определенный период времени всеми цехами предприятия.

Внутризаводской оборот (V_{3o}) – это стоимость продукции, выработанной одними и потребленной другими цехами в течение одного и того же периода времени.

Реализованная продукция (РП) характеризует стоимость объема продукции, поступившей в данном периоде на рынок и подлежащей оплате потребителями:

$$РП = ТП + (O_H - O_K),$$

где: $ТП$ – объем товарной продукции по плану;
 O_H и O_K – остатки нереализованной продукции на начало и конец планового периода.

Состав остатков нереализованной продукции:

- готовая продукция на складе;
- отгруженные товары, срок оплаты которых не наступил;
- отгруженные товары, не оплаченные в срок покупателем;
- товары на ответственном хранении у покупателя (только для расчета O_H).

Методика анализа объема производства и реализации пр-ции (1)

А) Расчет базисных, цепных и среднегодовых темпов роста и прироста.

Динамика производства и реализации продукции
в сопоставимых ценах за пятилетие

Год	Объем произв. (тыс.руб)	Темпы роста, %		Объем реализ. (тыс.руб.)	Темпы роста %	
		Базис- ные	Цеп- ные		Базис.	Цепн.
1	90000	100	-	89500	100	-
2	92400	102,7	102,7	92600	103,4	103,4
3	95800	106,4	103,6	94300	105,4	101,8
4	94100	104,5	98,2	93500	104,4	99,2
5	100800	112,0	107,1	96600	107,9	103,0

Среднегодовой темп роста (прироста) выпуска (реализации) продукции:

$$\overline{T}_{\text{вн}} = \sqrt[n-1]{T_{\text{рц1}} \times T_{\text{рц2}} \times T_{\text{рц3}} \times \dots \times T_{\text{рц.n}}} \quad \text{или} \quad \overline{T}_{\text{вн}} = \sqrt[n-1]{T_{\text{рб}}}$$

Среднегодовой темп роста выпуска продукции составит:

$$\overline{T}_{\text{вн}} = \sqrt[4]{1,027 \times 1,036 \times 0,982 \times 1,071} = \sqrt[4]{1,12} = 1,0287 = 102,87\%$$

Среднегодовой темп прироста выпуска пр-ции составит:

$$\overline{T}_{\text{пр}} = 102,87 - 100 = 2,87\%$$

Среднегодовой темп роста реализов. пр-ции составит:

$$\overline{T}_{\text{пр}} = \sqrt[5-1]{1,079} = 1,0192 = 101,92\%$$

Среднегодовой темп прироста реализ. пр-ции составит:

$$\overline{T}_{\text{пр}} = 101,92 = 101,92 - 100 = 1,92\%$$

Методика анализа объема производства и реализации пр-ции (1)

Б. Оценка выполнения плана по произ-ву и реализации продукции за отчетный период

Анализ выполнения плана по выпуску и реализации продукции предприятием за год

Изд.	Производство продукции (тыс. руб.)				Реализация продукции (тыс. руб.)			
	План	Факт.	Откл. +,-	% вып. плана	План	Факт	Откл. +,-	% вып. плана
А	28800	25200	- 3600	- 12,5	28500	24250	- 4250	- 14,9
Б	33600	33264	- 336	- 1,0	33600	31800	- 1800	- 5,35
В	19200	22176	+ 2976	+ 15,5	18900	21350	+ 2450	+ 13,0
Г	14400	20160	+ 5760	+ 40,0	14250	19200	+ 4950	+ 34,7
Итого	96000	100800	+ 4800	+ 5,0	95250	96600	+ 1350	+ 1,42

Методика анализа объема производства и реализации пр-ции (1)

В. Анализ выполнения договорных обязательств по поставкам продукции (тыс.руб.)

Изд.	Потребитель	План поставки по договору	Фактически отгружено	Недопоставка	Зачетный объем в пределах плана
А	1	800	850		800
	2	800	750	- 50	750
	3	600	700		600
Б	1	500	500		500
	2	1200	1050	-150	1050
...
Итого		8000	8500	- 800	7200

$$K_{до} = \frac{\text{Зачетный объем в пределах плана}}{\text{План поставки по договору}} = \frac{7200}{8000} = 0,9(90\%)$$

Методика анализа объема производства и реализации пр-ции (1)

Г. Анализ ассортимента продукции

Основной параметр: коэффициент выполнения плана по ассортименту ($K_{ВПА}$)

Изд.	Объем пр-ва, тыс. руб.		Процент выполнения плана	Объем продукции, зачтенный в выполнение плана по ассортименту
	План	Факт		
А	28800	25200	87,5	25200
Б	33600	33264	99,0	33264
В	19200	22176	115,5	19200
Г	14400	20160	140,0	14400
Итого	96000	100800	105,0	92064 (ЗОВП _А)

$$K_{ВПА} = \frac{ЗОВП_A}{ВП} = \frac{92064}{96000} = 0,959(95,9\%)$$

Методика анализа структуры производства и реализации (2)

Структура продукции – это соотношения отдельных изделий в общем их выпуске. **Выполнить план по структуре** – значит сохранить в фактическом выпуске продукции запланированные соотношения отдельных ее видов.

Пример анализа структуры товарной продукции

И з д.	Цена за 1 т.у.б. (тыс. руб.)	Объем пр-ва (т.у.б.)		Тов. пр-ция в ценах плана (тыс. руб.)			Изм. тов. пр- ции за счет стр-ры (т. руб.)
		План (у. в., %)	Факт (у.в., %)	План	Факт при план. стр-ре (исп. $K_{вп}$)	Факт (у.в., %)	
1	2	3	4	$5 = 2 \cdot 3$	$6 = 5 \cdot 1,026$	$7 = 2 \cdot 4$	$8 = 7 - 6$
А	5000	5760 (36)	5040 (31)	28800	29550 (36)	25200 (31)	- 4350
Б	6000	5600 (35)	5544 (34)	33600	34475 (35)	33264 (34)	- 1211
С	7000	2743 (17)	3168 (19)	19200	19700 (17)	22176 (19)	+ 2476
Д	7500	1920 (12)	2688 (16)	14400	14755 (12)	20160 (16)	+ 5385
	Итого	16023 (1)	16440 (1)	96000	98500	100800	+ 2300

• т.у.б. – тысячи условных банок продукта.

Методика анализа структуры производства и реализации (2) (продолжение)

1. Коэффициент выполнения плана по товарной продукции ($K_{вп}$):

$$K_{вп} = 16\,440 / 16\,023 = 1,026 \text{ (102,6 \%)}.$$

2. Влияние структурного фактора на изменение объема производства рассчитываем из формулы

$$ВП = \sum (q_{общ} \cdot УД_i \cdot Ц_i) \text{ методом ЦП по фактору } УД_i:$$

$$ВП_{усл}^1 = \sum (q_{ф.общ} \cdot УД_{iпл} \cdot Ц_{iпл}) = 98500 \text{ тысруб.}$$

$$ВП_{усл}^2 = \sum (q_{ф.общ} \cdot УД_{иф} \cdot Ц_{iпл}) = 100800 \text{ тысруб.}$$

$$\Delta ВП = ВП_{усл}^2 - ВП_{усл}^1 = 100800 - 98500 = +2300 \text{ тысруб.}$$

2 вопрос

Анализ качества продукции и работ

Анализ качества произведенной продукции (3)

Задачи анализа:

1. Изучение динамики обобщающих показателей качества:

- доли продукции каждого сорта в общем объеме производства,
- среднего коэффициента сортности
- средневзвешенной цены изделия.

2. Определение влияния качества продукции на стоимостные показатели:

- выпуск товарной продукции (ТП), $\Delta_{Ц}ТП = (Ц_1 - Ц_0) \cdot q_{ТП1}$
- выручку от реализации продукции (В), $\Delta_{Ц}В = (Ц_1 - Ц_0) \cdot q_{РП1}$
- прибыль (П), $\Delta_{Ц/С}П = [(Ц_1 - Ц_0) \cdot q_{РП1}] - [(С_1 - С_0) \cdot q_{РП1}]$

- влияние сортового состава продукции на объем ее производства в стоимостном выражении (цену реализ. методом АР). Исх. модель: $Q = q \cdot \sum(d_i \cdot Ц_i)$

- а) изменение цены реализации продукции в результате изменения его сортового состава:

$$\Delta_d Q = q^\phi \times \square [(d_i^\phi - d_i^{нл}) \times Ц_i^{нл}]$$

- б) изменение цены реализации продукции из-за изм. цен на продукцию разных сортов: $\Delta_{Ц}Q = q_\phi \cdot \sum [d_i^\phi \cdot (Ц_i^\phi - Ц_i^{нл})]$

3. Анализ брака – это расчет потерь ТП от брака:

$ТП (\text{потери}) = \text{потери от брака фактич.} \times (R_{бр}^\phi + 1)$, где

$\text{Потери от брака факт.} = (C_{бр пр} + P_{у бр}) - (ТП_{бр} + Y_{вл})$

$$R_{бр}^\phi = \frac{\Pi_{пр}}{23C}$$

3 вопрос.

Анализ ритмичности работы предприятия

Анализ ритмичности производства и реализации продукции (4)

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

Показатели ритмичности:

- коэффициент ритмичности,
- коэффициент вариации,
- коэффициент аритмичности и др.

Пример анализа ритмичности выпуска продукции по декадам

Декада	Выпуск продукции тыс. руб.		Уд. вес продук- ции к итогу, %		Коэф. вып. плана	Доля прод-ии, зачт. в вып. плана по ритм. %
	план	факт	план	факт		
Первая	32 000	30 240	33,3	30	0,945 – 1	30,0
Вторая	32 000	34 272	33,3	34	1,071 – 1	33,3
Третья	32 000	36 288	33,4	36	1,134 – 1	33,4
Всего за месяц	96 000	100 800	100,0	100	1,05	96,7

Анализ ритмичности производства и реализации продукции (4) (продолжение)

1) Коэффициент ритмичности:

$$K_{\text{РИТМ}} = \sum d_{i\phi} \quad \text{при } d_{i\phi} \leq d_{i\text{пл}}$$

$$K_{\text{РИТМ}} = 30 + 33,3 + 33,4 = 96,7.$$

2) Коэффициент аритмичности - сумма положительных и отрицательных отклонений в выпуске продукции от плана за период:

$$K_{\text{аритм}} = 0,055 + 0,071 + 0,134 = 0,26.$$

2) Коэффициент вариации (K_v):

$$K_v = \frac{\sqrt{(\sum \Delta x^2)/n}}{\bar{x}_{\text{пл}}} = \frac{\sqrt{[(30,24 - 32)^2 + (34,3 - 32)^2 + (36,3 - 32)^2]/3}}{32} = 0,094$$