

Тема 5

Анализ производства и реализации продукции



Цель анализа производства и реализации продукции

- нахождение путей увеличения объемов реализации по сравнению с конкурентами
- расширение доли рынка при максимальном использовании производственных мощностей, улучшении ее качества
- изыскании внутренних резервов роста объема выпуска продукции
- увеличение прибыли предприятия.

Основные задачи анализа производства и реализации продукции

- Оценка динамики по основным показателям объема, структуры и качества продукции;
- проверка сбалансированности и оптимальности бизнес-планов и плановых показателей;
- выявление степени влияния факторов на изменение величины объема производства и реализации продукции;
- выявление внутрихозяйственных резервов увеличения выпуска и реализации продукции;
- разработка мероприятий по использованию внутрихозяйственных резервов для повышения темпов роста продукции и улучшения ассортимента и качества.

Таблица 1 –Ассортимент хлебопекарного цеха за 2021-2019 г.г.

Показатели	2019г.		2021 г.		Отклонение 2021г. от 2019 г.		Темп роста , в %
	Сумма , в руб.	Удельный вес, в %	Сумма , в руб.	Удель ный вес, в %	Сумма , в руб.	Удел ьный вес, в %	
Хлеб высший сорт	128 900		136 700				
Хлеб первый сорт	98 700		101 250				
Хлеб Бородинский	104 100		114 700				
Хлеб монастырский	56 800		62 500				
Батон ванильный	425 800		427 580				
Батон молочный	48 500		57 520				
Батон старорусский	12 800		13 600				
Итого:		100		100		х	

Таблица 2 - Анализ выполнения плана по ассортименту ООО Мир

Изделие	План	Факт	Выполнение плана, в %
А	28800	25200	
В	33600	33264	
С	19200	23176	
Итого:			

Таблица 3- Анализ выполнения плана ООО Сфера

Декада	Выпуск продукции		Уд. вес в общем объеме		Выполнение плана, %	Отклонение выпуска продукции (факт-план)
	План	Факт	План	Факт		
Первая	32000	30000				
Вторая	32000	34200				
Третья	32000	36600				
За месяц						

Продукция предприятия подразделяется на **несколько видов:**

1-Готовая продукция – это изделия, которые завершены производством, соответствуют государственным стандартам или техническим условиям, приняты отделом технического контроля, снабжены документами, удостоверяющими качество, и предназначены для реализации на сторону.

2-Полуфабрикаты – это полупродукты, техническая обработка которых закончена в одном из производств (цехов) предприятия, но требует доработки или переработки в смежном производстве (другом цехе) этого же предприятия или, которые могут быть переданы для дальнейшей обработки на другие предприятия.

3-Незавершенное производство – это продукция, не получившая законченного вида в пределах производства, а также продукция, не проверенная ОТК и не сданная на склад готовой продукции. Степень удовлетворения потребностей рынка характеризует объем товаров определенной номенклатуры и ассортимента.

Степень удовлетворения потребностей рынка характеризует объем товаров определенной номенклатуры и ассортимента.

Номенклатура – это укрупненный перечень наименований продукции, выпускаемой предприятием (работ, услуг). Например, обувь кожаная.

Ассортимент – это перечень наименований изделий по видам, типоразмерам, сортам, маркам в определенном количественном соотношении. Например, обувь кожаная мужская 42 размера.