Тема 5 Анализ производства и реализации продукции горного предприятия

Вопросы:

1. Задачи и информационное обеспечение анализа;

2. Анализ динамики и выполнения плана производства и реализации продукции;

3. Анализ ассортимента и структуры продукции;

4. Анализ качества произведенной продукции;

5. Анализ ритмичности работы предприятия;

6. Анализ факторов и резервов увеличения выпуска и реализации продукции.

Список рекомендуемой литературы:

1. О.В. Грищенко. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия
2. Г.В. Савицкая. Анализ хозяйственной деятельности предприятия

1. Основными задачами анализа объема производства и реализации продукции являются:

1) оценка выполнения плана по производству и реализации продукции;

2) оценка объема реализуемой продукции с учетом выполнения обязательств по поставкам продукции в ассортименте согласно заключенным договорам и контрактам;

3) оценка роста производства продукции высшей категории качества;

4) выявление факторов, влияющих на выполнение плана производства и реализации продукции, повышение ее качества.

Анализ объема производства и реализации продукции следует начинать с сопоставления фактической выручки от реализации продукции с плановой реализацией. Данные о выручке от реализации продукции содержатся в форме № 2 «Отчет о прибылях и убытках» бухгалтерской отчетности организации и соответствующей форме статистической отчетности.

Выполнение плановых показателей по реализации выпущенной продукции является необходимым условием устойчивого финансового положения организации.

Снижение объема реализованной продукции может происходить в результате невыполнения сроков отгрузки продукции и ее оплаты, что выявляется в результате анализа изменения остатков нереализованной продукции на объем реализации продукции.

Моментом реализации продукции является ее отгрузка с передачей собственности покупателю и предъявление ему счета к оплате. Остатки нереализованной продукции состоят из готовой продукции, находящейся на складе, и продукции, отгруженной в адрес покупателей, но еще не включенной в объем реализованной продукции.

Задержка оплаты продукции покупателями вызывает необходимость проведения анализа причин такого положения по конкретным товарам и покупателям для выработки мероприятий по устранению этих фактов. Проверяется, предъявлялись ли финансовые санкции покупателям, нарушающим условия договора. Скопление продукции на ответственном хранении у покупателей ввиду отказа от акцепта оказывает отрицательное влияние на выполнение плана реализации, и в связи с этим производится расчет упущенной выгоды организации.

При оценке объемных показателей работы организации особое внимание должно уделяться анализу объема реализуемой продукции с учетом выполнения заданий и обязательств по поставкам. При расчете этого показателя следует воспользоваться данными организации по учету выполнения заданий и обязательств по поставкам произведенной продукции в соответствии с заключенными договорами (контрактами).

На величину поставки продукции отрицательное влияние оказывает производственный брак. При анализе качества выпускаемой продукции решаются следующие задачи:

1) оценивается качество производимой организацией продукции;

2) устанавливаются основные причины снижения качества;

3) выявляется влияние изменения качества на объем выпускаемой продукции.

Качество продукции характеризуется следующими показателями: удельный вес (Ув) или коэффициент сертифицированной продукции (Кс) в общем объеме выпущенной продукции (Оп) в действующих отпускных ценах организации (без нДс и акцизов).
Ув = (СП/ Оп) х 100 %;
Кс = СП / Оп.
Если происходит снижение объема продаж, то следует проанализировать динамику продаж по каждой группе товаров, установить причины снижения объема продаж и наметить меры по его устранению. Товары классифицируются по трем группам:
1) рентабельные товары, по которым сложившаяся рыночная цена превышает коммерческую себестоимость их производства и реализации;
2) условно-рентабельные товары, по которым рыночная цена превышает сумму переменных затрат, но ниже полной, коммерческой себестоимости;
3) убыточные товары, по которым рыночная цена не покрывает переменных затрат.
Убыточность того или иного товара может объясняться одной из двух основных причин: недостаточностью объема производства и реализации и завышенными (по сравнению с конкурентами) затратами.
По каждому изделию, как и по фирме в целом, можно определить порог безубыточности; если он не превышен и даже не достигнут, то необходимо установить возможности увеличения продаж. При неизменной сумме условно-постоянных расходов выгодны производство и продажа любых изделий, цены которых превышают переменные затраты. При расчете критических точек проекта изменяемыми параметрами могут быть объем производства (продаж), цена продажи продукции, ассортимент выпускаемой продукции, результирующими показателями – накопленная сумма денег, внутренний коэффициент окупаемости, период окупаемости, максимально возможная ставка кредита, период использования кредитов. Критический (безубыточный) объем продаж Q– это количество товара, суммарный маржинальный доход от реализации ко-орого покрывает условно-постоянные расходы.
По каждому из перечисленных базовых параметров вычисляется маржа безопасности – процентное соотношение плановой (или фактической) и критической величины параметра. Для объема продаж этот показатель характеризует запас финансовой прочности предприятия.
При изменении ситуации на рынке снижение объема продаж вплоть до критического отражает риск потерпеть убытки (предпринимательский риск, риск операционной деятельности). Чем больше запас финансовой прочности, тем меньше риск.
Рискованность операционной деятельности характеризует также уровень или сила воздействия операционного рычага DOL, который измеряется как отношение темпа прироста балансовой прибыли б к темпу прироста объемов продаж:
DOL = ?B/?Q.
Коэффициент рентабельности продаж отражает долю прибыли компании в каждом заработанном рубле. Он нужен для выводов об эффективности предпринимательской деятельности предприятия. Не менее важную роль он играет, когда нужно сравнить фирму с ее конкурентами. Сопоставляя свои и чужие коэффициенты рентабельности продаж, можно прогнозировать развитие рынка, а также разрабатывать стратегию продвижения своей продукции.
Рентабельность продаж рассчитывается по формуле (в числителе – прибыль от реализации, в знаменателе – выручка):

2 Объем производства и реализации промышленной продукции может выражаться в натуральных, условно-натуральных, трудо вых и стоимостных измерителях. Обобщающие показатели объема производства продукции получают с помощью стои мостной оценки. Основными показателями объема производства служат товарная и валовая продукция. Выражается в сопоставимых и действующих ценах. Товарная продукция отличается от валовой тем, что в нее не включают остатки незавершенного производства и внутри

хозяйственный оборот. По своему составу на многих предприятиях валовая продукция совпадает с товарной, если нет внутри хозяйственного оборота и незавершенного производства. Объем реализации продукции определяется или по отгруз ке продукции покупателям, или по оплате (выручке). Может выражаться в сопоставимых, плановых и действующих ценах. В условиях рыночной экономики этот показатель приобретает первостепенное значение. Реализация продукции является свя зующим звеном между производством и потребителем. От того, как продается продукция, какой спрос на нее на рынке, зависит і объем ее производства. Важное значение для оценки выполнения производственной фограммы имеют и натуральные показатели объемов про 13водства и реализации продукции (штуки, метры, тонны и .д.). Их используют при анализе объемов производства и реа тизации продукции по отдельным видам и группам однородной фодукции. Условно-натуральные показатели, как и стоимостные, фименяются для обобщенной характеристики объемов произ водства продукции. Например, на консервных заводах исполь зуется такой показатель, как тысячи условных банок, на ремонт ных предприятиях — количество условных ремонтов, в обув юй промышленности — условные пары обуви, исчисленные на зснове коэффициентов их трудоемкости и т.д. Нормативные трудозатраты используются также для :>бобщенной оценки объемов выпуска продукции в тех случаях,-;огда в условиях многопродуктового производства не представ шется возможным использовать натуральные или условно-на гуральные измерители.

3 . Большое влияние на результаты хозяйственной деятельнос ти оказывают ассортимент (номенклатура) и структура произ водства и реализации продукции. При формировании ассортимента и структуры выпуска про дукции предприятие должно учитывать, с одной стороны, спрос на данные виды продукции, а с другой — наиболее эффективное использование трудовых, сырьевых, технических, технологичес ких, финансовых и других ресурсов, имеющихся в его распоря жении. Система формирования ассортимента включает в себя следующие основные моменты: определение текущих и перспективных потребностей поку пателей; оценку уровня конкурентоспособности выпускаемой или планируемой к выпуску продукции; изучение жизненного цикла изделий и принятие своевре менных мер по внедрению новых, более совершенных видов' продукции и изъятие из производственной программы мораль но устаревших и экономически неэффективных изделий; Оценка выполнения плана по ассортименту продукции обычно производится с помощью одноименного коэффициента, который рассчитывается путем деления общего фактического выпуска продукции, зачтенного в выполнение плана по ассорти менту, на общий плановый выпуск продукции (продукция, изготовленная сверх плана или не предусмотренная планом, не за считывается в выполнение плана по ассортименту). Из табл. 12.6 видно, что план по ассортименту продукции выполнен на 95,9% (92 064 / 96 000 х 100).

4 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 повы шению спроса на продукцию и увеличению суммы прибыли не только за счет объема продаж, но и за счет более высоких цен. Качество продукции — понятие, которое характеризует параметрические, эксплуатационные, потребительские, техноло гические, дизайнерские свойства изделия, уровень его стандар тизации и унификации, надежность и долговечность. Различают обобщающие, индивидуальные и косвенные показатели качест ва продукции. Обобщающие показатели характеризуют качество всей произведенной продукции независимо от ее вида и назначения: а) удельный вес новой продукции в общем ее выпуске; б) удельный вес продукции высшей категории качества; в) средневзвешенный балл продукции; г) средний коэффициент сортности; д) удельный вес аттестованной и неаттестованной продукции; е) удельный вес сертифицированной продукции; ж) удельный вес продукции, соответствующей мировым стан дартам; з) удельный вес экспортируемой продукции, в том числе в вы сокоразвитые промышленные страны. Индивидуальные

(единичные) показатели качества про дукции характеризуют одно из ее свойств: а) полезность (жирность молока, зольность угля, содержа ние железа в руде, содержание белка в продуктах питания); б) надежность (долговечность, безотказность в работе); в) технологичность, т.е. эффективность конструкторских и технологических решений (трудоемкость, энергоемкость); г) эстетичность изделий. Косвенные показатели — это штрафы за некачествен ную продукцию, объем и удельный вес забракованной продук ции, удельный вес зарекламированной продукции, потери от брака и др. Первая задача анализа — изучить динамику перечислен ных показателей, выполнение плана по их уровню, причины их изменения и дать оценку выполнения плана по уровню качес тва продукции. Как видно из табл. 12.10, за отчетный год на предприятии проделана определенная работа по улучшению качества про-' дукции и повышению ее конкурентоспособности, о чем свиде тельствует увеличение удельного веса продукции высшей кате гории качества и экспортируемой продукции. По продукции, качество которой характеризуется сортом или кондицией, рассчитываются доля продукции каждого сорта (кондиции) в общем объеме производства, средний коэффици ент сортности, средневзвешенная цена изделия в сопоставимых

5 При изучении деятельности предприятия важен анализ ритмич ности производства и отгрузки продукции. Ритмичность — рав номерный выпуск продукции в соответствии с графиком в объеме и ассортименте, предусмотренных планом. Ритмичная работа является основным условием своевремен ного выпуска и реализации продукции. Неритмичность ухудша ет все экономические показатели: снижается качество продук ции; увеличиваются объем незавершенного производства и сверхплановые остатки готовой продукции на складах и, как следствие, замедляется оборачиваемость капитала; не выполня ются поставки по договорам и предприятие платит штрафы за несвоевременную отгрузку продукции; несвоевременно посту пает выручка; перерасходуется фонд заработной платы в связи с тем, что в начале месяца рабочим платят за простои, а в конце за сверхурочные работы. Все это приводит к повышению себе стоимости продукции, уменьшению суммы прибыли, ухудше нию финансового состояния предприятия. Для оценки выполнения плана по ритмичности используют-: ся прямые и косвенные показатели. Прямые показатели —; коэффициент ритмичности, коэффициент вариации, коэффици-1 ент аритмичности, удельный вес производства продукции за! каждую декаду (сутки) к месячному выпуску, удельный вес произведенной продукции за каждый месяц к квартальному вы пуску, удельный вес выпущенной продукции за каждый квартал к годовому объему производства, удельный вес продукции, вы пущенной в первую декаду отчетного месяца, к третьей декаде предыдущего месяца. Косвенные показатели ритмичности — наличие доплат за сверхурочные работы, оплата простоев по вине хозяйствуйщего субъекта, потери от брака, уплата штрафов за недо поставку и несвоевременную отгрузку продукции, наличие сверхнормативных остатков незавершенного производства и готовом продукции на складах. Один из наиболее распространенных показателей — коэффициент ритмичности. Величина его определяется путем суммирования фактических удельных весов выпуска за каждый период, но не более планового их уровня: Критм = 30 + 33,33 + 33,34 = 96,67 %. Коэффициент вариации (Ks) определяется как отношение среднеквадратического отклонения от планового задании за сутки (декаду, месяц, квартал) к среднесуточному (среднедекадному, среднемесячному, среднеквартальному) плановому выпуску продукции.