

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/133398>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Экономика

Содержание

Введение 3

1. Теоретические основы анализа производства и реализации продукции на предприятии 5

1.1. Сущность производства и реализации продукции на предприятии 5

1.2. Задачи проведения анализа объема производства и реализации продукции 9

2. Анализ производства и реализации продукции ООО «Санкт-Петербургский Машиностроительный Завод» 15

2.1. Экономическая характеристика ООО «Санкт-Петербургский Машиностроительный Завод» 15

2.2. Анализ динамики и структуры производства и реализации продукции ООО «Санкт-Петербургский машиностроительный завод» 19

2.3. Сравнительная оценка объема производства и реализации продукции на предприятии 21

2.4. Факторы и резервы увеличения производства и реализации продукции 23

Заключение 33

Список литературы 35

Приложения 37

Введение

В рыночных отношениях на первый план выходит эффективность производственной деятельности предприятия, практика реализации продукции, что оказывает непосредственное влияние на конкурентоспособности и положение на рынке. При производственном процессе и продаже готовой продукции используются достижения научно-технического прогресса, которую оптимизируют расходы и повышают эффективность деятельности предприятия.

Немаловажную роль при этом играет экономический анализ деятельности предприятия, с помощью которого возможно разрабатывать тактику и стратегию развития предприятия, обосновывать управленческие решения и планы, оценить результаты деятельности организации, ее подразделений и работников.

1. Теоретические основы анализа производства и реализации продукции на предприятии

1.1. Сущность производства и реализации продукции на предприятии

В деятельности каждой организации ее ориентирами являются план производства и план реализации продукции. Для того, чтобы сформировать производственную программу, используется балансовый метод. Предприятие самостоятельно планирует свои действия при помощи заключенных с потребителями и поставщиками договоров и определяет перспективы дальнейшего развития. Объем выпуска и реализации продукции – показатели взаимозависимые. В том случае, если на рынке сложилась ситуация, при которой существует неограниченный спрос, при этом производственные возможности предприятий ограничены, то предпочтение отдается производственному процессу. В тоже время необходимо брать в расчет, что в течение определенного времени рынок будет насыщен продукцией и повысится конкуренция, это приведет к росту продаж и именно, они будут определять объем производимой продукции. Предприятие при осуществлении своей деятельности должно производить продукции в том ассортименте и объеме, которую он сможет реализовать.

Динамика объема производства и продажи продукции оказывают непосредственное влияние на расходы предприятия, и как следствие на размер полученной прибыли и рентабельность. В итоге, данные показатели лежат в основе оценки эффективности функционирования предприятия.

Производственная деятельность, по сути, есть создание экономических благ, которые необходимы для

удовлетворения различных потребностей общества . В рыночных отношениях производством занимаются предприятия, которые наиболее активно используют современные технологии, что дает конкурентное преимущество на рынке и позволяет увеличивать прибыль и рентабельность своей деятельности. Предприятия в своей деятельности нацелены на максимально эффективное использование имеющихся ресурсов с минимальными затратами и максимальной прибылью. Данная схема лежит в основе анализа объема производства и реализации продукции предприятия.

Предприятия при оценке выпуска и реализации продукции учитываются следующие показатели:

- объем производства и реализации продукции;
- ассортимент и структура продукции;
- качество продукции;
- ритмичность продукции.

Схематично оценка выпуска и продажи произведенной продукции представлены на рисунке 1.

Рисунок 1 - Оценка выпуска и продажи произведенной продукции

Важное место при оценке практики производства и продажи продукции являются такие показатели как:

- процесс организации труда и производства;
- эффективность использования имеющихся в распоряжении трудовых, материальных и денежных ресурсов;
- объем брака в производственном процессе.

Источниками информации для оценки эффективности производства и продажи продукции являются:

- отчет о финансовых результатах;
- данные оперативно-технического учета, первичного и системного бухгалтерского учета;
- бизнес-план предприятия;
- оперативные планы-графики и др.

Объем производства изучается в границах релевантного ряда деловой активности, от минимума к максимуму. Анализ можно производить не только в пределах абсолютного минимума и максимума, но и в границах постоянных затрат. Релевантный ряд составляется минимально допустимым, максимально допустимым, оптимальным и фактическим объемами выпуска и реализации продукции.

Минимально допустимый (безубыточный) объем реализации - объем, позволяющий достичь равенства доходов и расходов при уже сложившихся условиях производства и установленных ценах на продукцию . Максимальный объем обеспечивает максимальную загрузку производственных факторов.

Оптимальный объем реализации – такой объем, что обеспечит получение максимально возможной прибыли при сложившихся условиях производства и заданном ценовом диапазоне. Задача оптимизации больше теоретическая, чем практическая, однако оптимальный объем при планировании выпуска продукции – это тот ориентир, знание которого необходимо.

Объем производства и реализации продукции характеризуют следующие показатели: валовой оборот, внутрипроизводственный оборот, валовая, товарная и реализованная продукция.

Продукция различается, исходя из точки зрения потребления и из точки зрения производственного цикла, по степени готовности. Изделие, которые закончено с точки зрения производственного цикла предприятия, называется готовой продукцией и реализуется потребителям. Готовая продукция – часть товарной продукции предприятия .

1.2. Задачи проведения анализа объема производства и реализации продукции

Цель анализа выпуска и реализации продукции – выявление самых эффективных путей, ведущих к увеличению объема производства продукции, улучшение качества продукции, а также поиск внутрихозяйственных резервов роста объема производства .

Основная задача комплексного целевого анализа производства и реализации продукции – анализ конкурентоспособности предприятия, его способности маневрировать ресурсами, если конъюнктура рынка изменится . Эту общую задачу можно реализовать при помощи решения частных аналитических задач:

- оценки степени выполнения плана реализации продукции и производственной программы;
- оценки динамики производства и реализации продукции;
- оценки выполнения договоров по объему, ритмичности поставок, комплектности и качеству продукции;
- установление причин снижения объемов производства и ритмичности выпуска;

□ выявление внутрихозяйственных резервов повышения объема реализации продукции и улучшения ее качества, обеспечения ритмичности выпуска и реализации;

□ разработка мероприятий по использованию выявленных резервов.

В управленческий анализ включается перспективный анализ производства и реализации продукции. Он применяется для оценки и выбора оптимального управленческого решения.

Ретроспективный же анализ объема и структуры производства продукции можно проводить в несколько этапов:

1. Изучить динамику производства товарной и валовой продукции, сопоставив его с объемом реализации продукции.
2. Проанализировать выполнение ассортиментной программы производства.
3. Проанализировать структуру продукции и выявить влияние структурных сдвигов на выполнение программы производства.
4. Оценить точку безубыточности и проанализировать запас финансовой прочности предприятия .

Первый этап рекомендуется начать с оценки динамики товарной и валовой продукции, рассчитав индексы их роста и прироста. Для этого отразим товарную продукцию в сопоставимых ценах, цепные и базисные темпы роста товарной продукции и даны формулы их расчета.

(1)

(2)

где $ТП_{i-1}$, $ТП_i$ - объем товарной продукции в стоимостном выражении в сопоставимых ценах в $i-1$ и i -ом году соответственно;

$ТП_0$ - объем товарной продукции года, взятого за базу сравнения.

Используя полученные данные, становится возможным рассчитать среднегодовые темпы роста ($Тср$) и прироста ($Тпр$) товарной продукции:

(3)

(4)

Для оперативного анализа производства продукции берутся данные за день, декаду, месяц, квартал по нарастающему итогу с начала отчетного года. Затем необходимо проанализировать выполнение предприятием плана по ассортименту и номенклатуре.

2. Анализ производства и реализации продукции ООО «Санкт-Петербургский Машиностроительный Завод»

2.1. Экономическая характеристика ООО «Санкт-Петербургский Машиностроительный Завод»

ООО «Санкт-Петербургский Машиностроительный Завод» ведет свою историю от Ленинградского машиностроительного завода, который с 50-х годов прошлого века выпускает продукцию для нефтяной и газовой промышленности. Ленинградский машиностроительный завод первым в стране стал выпускать установки для разработки и ремонта нефтяных и газовых скважин мощностью более 40 тонн.

Установки были поставлены во все нефтеносные регионы России. Часть продукции установок шла на экспорт. Основным экспортным потребителем была Республика Казахстан, а установки также поставлялись в Республику Беларусь, Индию, Сирию и Кубу.

По данным таблицы видно, что стоимость имущества ООО «Санкт-Петербургский Машиностроительный Завод» в 2019 году по сравнению с 2018 годом увеличилась на 426685 тыс. руб. или на 3,7 %. Данное увеличение происходит в полной мере за счет роста внеоборотных активов. Снижение оборотных активов свидетельствует о формировании недостаточно мобильной структуры активов, не способствующей ускорению оборачиваемости средств организации.

Более наглядно динамика изменения оборотных активов представлена на рисунке 3.

2.2. Анализ динамики и структуры производства и реализации продукции ООО «Санкт-Петербургский машиностроительный завод»

Организация производства ООО «Санкт-Петербургский Машиностроительный Завод предусматривает контроль над объемами производства продукции, соотношение с себестоимостью товарного производства, необходимого для его производства, учет необходимых расходов энергоресурсов предприятия.

За 2019 год фактический выпуск товарной продукции составил 4499892 тыс. руб. Среднесуточный выпуск товарной продукции за 2019 год составил 20 405 тыс. руб. (табл. 4).

Как видно из приведенных данных за 2019 год по сравнению с 2018 годом структура производства не претерпела значительных изменений. В 2019 году в объеме производства продукции наибольший удельный вес приходился на установки подъемные автомобильные, доля этой товарной группы составила 48,8%. Уровень внешней кооперации снизился с 13,3% в 2017 г. до 12,9% в 2019 г.

Уровень внутренней кооперации напротив растет.

Уровень производства систем приготовления очистки бурового раствора сократился с 22% в 2017 г. до 13,3%.

При этом уровень производства МБС вырос с 43,4% в 2017 г. до 50,7% в 2019 г.

Уровень производства КБЕ42 сокращается.

2.3. Сравнительная оценка объема производства и реализации продукции на предприятии

Основные направления финансовой политики ООО «Санкт-Петербургский Машиностроительный Завод на 2017-2019 гг.:

- ☐ обеспечение необходимых объемов финансирования производства, продаж,
- ☐ технического развития в соответствии с целями развития предприятия;
- ☐ обеспечение необходимых расходов по объектам социальной сферы, материальному поощрению;
- ☐ обеспечение исполнения обязательств по уплате налоговых платежей в бюджет всех уровней и внебюджетные фонды.

Проведем сравнительную оценку объема производства и реализации продукции на предприятии.

2.4. Факторы и резервы увеличения производства и реализации продукции

Увеличение объемов производства и реализации продукции происходит за счет более полного использования производственных мощностей, расширения клиентуры.

Для повышения эффективности производственного процесса мы предлагаем ООО «Санкт-Петербургский Машиностроительный Завод:

- ☐ пересмотреть свои затраты по всем статьям производственной себестоимости;
- ☐ если это возможно, изменить нормы расходов материалов;
- ☐ возможно освоить новую технологию производства, которая позволит сократить издержки;
- ☐ рассмотреть и устранить причины возникновения перерасхода финансовых ресурсов на управленческие и коммерческие расходы путем сокращения управленческого персонала, снижения бюджета на проведение рекламных кампаний, использование более эффективных рекламных акций;
- ☐ заниматься повышением квалификации работников, которая будет сопровождаться ростом производительности труда;
- ☐ разработать и ввести эффективную систему материального стимулирования персонала, тесно увязанную с основными результатами хозяйственной деятельности организации и экономией ресурсов;
- ☐ использовать системы депремирования работников при нарушении ими трудовой или технологической дисциплины;
- ☐ осуществлять постоянный контроль за условиями хранения и транспортировки сырья.

Факторы изменения общепроизводственных и общехозяйственных расходов представим в приложении 1. Однако следует иметь в виду, что снижение себестоимости имеет предел, за которым оно невозможно без снижения качества выпускаемой продукции. То же самое относится к административным и коммерческим расходам, которые нельзя свести к нулю, так как без них организация не сможет нормально функционировать и продукция не будет продаваться.

Мы предлагаем ввести особо эффективный метод учета центров ответственности в изучаемой нами организации. Такая форма управления затратами позволяет рационализировать структуру затрат, оперативно реагировать на отклонения от нормального планового объема затрат, а также передавать часть функций принятия решений на уровень линейных менеджеров. Руководители несут ответственность за утвержденный объем расходов и должны обеспечить выполнение запланированных показателей.

С точки зрения сферы полномочий и ответственности их руководителей, это центры затрат, продаж, выручки, прибыли, капитальных вложений, инвестиций, контроля и управления. По задачам и функциям центры финансовой ответственности обычно рассматриваются как основные и сервисные центры (Приложение 2).

Для каждого центра ответственности должны быть определены цели и задачи, в том числе и бухгалтерские, то есть какая информация должна предоставляться, с какой периодичностью, где и кем. Определив направления повышения эффективности процесса производства продукции в ООО «Санкт-Петербургский машиностроительный завод» определим мероприятия по их реализации. Как показали результаты проведенного анализа, основными проблемами в реализации продукции на ООО «Санкт-Петербургский машиностроительный завод» является низкая интенсивность использования доступных инструментов и форм интернет-маркетинга, а также в целом снижение экономической эффективности рекламы вследствие консервативности набора используемых инструментов и подходов.

В таблице 7 в обобщенном виде представим выявленные проблемы и возможные пути их решения. Рассмотрим такое направление развития реализации продукции ООО «Санкт-Петербургский машиностроительный завод», как модернизация в интернете продающей страницы и ее активное продвижение посредством вложений средств в использование электронных торговых площадок и инструментов таргетированной рекламы.

Заключение

Чтобы оценить, насколько хорошо работает организация, важно не только отслеживать изменения, контролировать доходы и расходы, но и анализировать процесс производства и продаж. Чаще всего эта задача возлагается на экономистов, маркетологов и аналитиков, которые должны определить степень рентабельности, себестоимости и рентабельности всех процессов.

Готовый продукт-это продукт, который приносит прибыль компании. Только квалифицированный специалист может оценить все процессы, связанные с его производством и продажей.

Готовая продукция-это продукция промышленного предприятия, которая завершена в производстве, соответствует государственным стандартам или техническим условиям, принята отделом технического контроля, обеспечена документами качества и предназначена для реализации на стороне.

Список литературы

1. Абдукаримов, И.Т. Анализ финансового состояния и финансовых результатов предпринимательских структур: учебное пособие / И.Т. Абдукаримов, М.В. Беспалов. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 215 с.
2. Абдукаримов, И.Т. Финансово-экономический анализ хозяйственной деятельности коммерческих организаций (анализ деловой активности): учебное пособие / И.Т. Абдукаримов. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 320 с.
3. Аверина, О.И. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебник / О.И. Аверина, В.В. Давыдова, Н.И. Лушенкова. – М.: КноРус, 2017. – 432 с.
4. Александров, О.А. Экономический анализ: учебное пособие / О.А. Александров, Ю.Н. Егоров. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 288 с.
5. Арефьева В.В. Экономические основы формирования финансовой составляющей экономической безопасности / А.В. Арефьева, Т.Б. Кузенко. // Актуальные проблемы экономики. - 2017. - № 1. - С. 98-103.
6. Артеменко, В.Г. Экономический анализ: учебное пособие / В.Г. Артеменко, Н.В. Анисимова. – М.: КноРус, 2019. – 288 с.
7. Барышева, О.С. Экономическая безопасность предприятий оборонно-промышленного комплекса / О.С. Барышева // Экономика и менеджмент инновационных технологий. - 2019. - № 1. - С. 48-57.
8. Басовский, Л.Е. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 366 с.
9. Басовский, Л.Е. Экономический анализ (Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности): учебное пособие / Л.Е. Басовский, А.М. Лунева, А.Л. Басовский. – М.: ИНФРА-М, 2020. – 222 с.
10. Беликов, Ю. Прибыль в жертву ликвидности / Ю. Беликов, М. Доронкин // БДМ. Банки и деловой мир. –

2019. – № 5. – С. 10-18.

11. Гарнова, В.Ю. Экономический анализ: учебное пособие / Н.Б. Акуленко, В.Ю. Гарнова, В.А. Колоколов. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 157 с.

12. Герасимова, Е.Б. Экономический анализ: Задания, ситуации, руководство по решению / Е.Б. Герасимова, Е.А. Игнатова. – М.: Форум, 2018. – 176 с.

13. Гинзбург, А.И. Экономический анализ / А.И. Гинзбург. – СПб.: Питер, 2017. – 208 с.

14. Гинзбург, А.И. Экономический анализ: предмет и методы. Моделирование ситуаций. Оценка управленческих решений: учебник для вузов. Стандарт третьего поколения / А.И. Гинзбург. – СПб.: Питер, 2017. – 448 с.

15. Графов, А.В. Финансовая оценка уровня экономической безопасности предприятия / А.В. Графов, С.А. Шахватова // Аудитор. – 2017. - № 10. - С. 98-105.

16. Елизарова, А.С. Особенности обеспечения экономической безопасности предприятий малого бизнеса / А.С. Елизарова // Экономика и менеджмент инновационных технологий. - 2017. - № 7. - С. 55-63.

17. Жилияков, Д.И. Финансово-экономический анализ (организация, банк, страховая компания): учебное пособие / Д.И. Жилияков. – М.: КноРус, 2019. – 368 с.

18. Жминько, С.И. Комплексный экономический анализ: учебное пособие / С.И. Жминько, В.В. Шоль, А.В. Петух. – М.: Форум, 2018. – 368 с.

19. Зороастрова, И.В. Экономический анализ фирмы и рынка: учебник для студентов вузов / И.В.

Зороастрова, Н.М. Розанова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2019. – 279 с.

20. Иванов, И.Н. Экономический анализ деятельности организации: учебник / И.Н. Иванов. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 348 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/133398>