

Алдушина Юлия Андреевна

студентка

Волошина Елена Ивановна

канд. экон. наук, доцент

Институт экономики и управления СП

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный

университет им. В.И. Вернадского»

г. Симферополь, Республика Крым

МЕТОДИКА АНАЛИЗА ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ РАСТЕНИЕВОДСТВА

Аннотация: статья раскрывает особенности анализа производства продукции растениеводства и факторы, влияющие на ее реализацию. Анализ производства и реализации продукции растениеводства базируется на исследовании объемов выпуска продукции растениеводства и ее реализации, т.к. данные показатели напрямую влияют на величину издержек, прибыли и рентабельности предприятия.

Ключевые слова: готовая продукция растениеводства, ассортимент производства, структура производства, динамика выпуска, динамика реализации, анализ выпуска продукции, анализ реализации продукции, финансовый результат.

Современные условия хозяйствования предоставляют предприятиям условия полной самостоятельности по вопросам производства и реализации готовой продукции растениеводства. Предприятие имеет право самостоятельно осуществлять планирование и организацию технологического процесса, регулировать объем производства, структуру продукции, выбирать контрагентов и направления реализации. Такая свобода выбора предоставляется для надлежащего учета конъюнктуры рынка, соответствия его нужд и требований.

Исходя из этого, следует помнить, что показатели объема производства и реализации продукции растениеводства являются взаимозависимыми. При

увеличении платежеспособного спроса, следует увеличение объема выпуска продукции растениеводства. Но по мере насыщения рынка и усиления конкуренции возникает потребность в разработке производственной программы по определению возможного объема продаж. Предприятие должно производить только ту продукцию и в таком объеме, которую оно может реально реализовать.

Для проведения анализа выпуска продукции растениеводства и ее реализации на каждом этапе исследования необходимо рассмотреть несколько моментов по методике исследования.

Анализ выпуска и реализации продукции растениеводства начинается с изучения динамики ее выпуска и реализации, для этого осуществляется расчет базисных и цепных темпов роста и прироста [3, с. 132].

Затем требуется регулярный и своевременный анализ результатов хозяйственной и финансовой деятельности, статистическое сравнение результатов месяца, квартала с показателями финансового плана и с общим итогом на начало года, а также с итогами прошлых лет. В результате анализа следует выявить какие положительные и отрицательные факторы влияют на выпуск продукции растениеводства, а также измерение степени их влияния. Определить пути повышения финансового результата от выпуска и реализации продукции растениеводства. При этом основные показатели хозяйственной и финансовой деятельности систематизируют в виде таблицы, где их фактически достигнутую величину в отчетном году сравнивают с аналогичными данными за прошлый год, в результате чего рассчитывают отклонения от плана, темп роста в процентах и т. п.

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

Своевременное изменение ассортимента продукции и анализ мест сбыта с учетом изменения спроса на рынке является одним из важнейших индикаторов деловой активности организации и ее конкурентоспособности [1, с. 169]. С этой целью, во-первых, нужно изучить динамику каждого вида продукции на рынках сбыта, т.к. от рынков сбыта зависят объем продаж, средний уровень цен, выручка от реализации продукции, сумма полученной прибыли и т. д. А во-вторых,

оценить конкурентоспособность продукции, осуществляя исследование потребностей покупателя и требования рынка.

Для того чтобы сельхозпродукция удовлетворяла потребности покупателя, она должна соответствовать определенным параметрам:

- нормативным (соответствие товара действующим нормам и стандартам качества);
- эстетическим (внешний вид товара);
- экономическим (уровень цен на товар, размер средств, имеющихся у потребителя для удовлетворения данной потребности) [4, с. 20].

Важным направлением повышения конкурентоспособности продукции является совершенствование организации торговли, рекламы продукции, которые являются мощными инструментами стимулирования спроса.

Изучив динамику и выполнение плана по выпуску и реализации продукции, необходимо установить факторы изменения ее объема (рис. 1).



Рис. 1. Факторы, влияющие на изменение объема реализации продукции

Анализ реализации продукции тесно связан с анализом выполнения договорных обязательств по поставкам продукции. Невыполнение плана по договорам грозит организации снижением выручки, сокращением прибыли, уплатой штрафных санкций. Кроме того в конкурентных условиях организация может лишиться рынков сбыта продукции, что приведет к спаду производства.

Проводя анализ выпуска и реализации продукции растениеводства нужно оценить наличие невостребованной продукции, риск возникновения которой может возникнуть из-за падения спроса на нее. Такой риск определяется величиной возможного ущерба организации, вызванного этой причиной. Чтобы избежать последствий от этого события, необходимо изучить факторы возникновения невостребованной продукции с целью минимизации потерь.

Для оценки риска невостребованной продукции, требуется провести анализ обеспеченности продукции договорами купли – продажи, динамики остатков готовой продукции растениеводства по каждому виду, и долю невостребованной продукции в общем объеме продаж.

Для анализа сельхозпродукции важным обобщающим показателем, характеризующим скорость ее реализации, является продолжительность нахождения продукции на стадии реализации. Расчет этого показателя ведут путем деления средних остатков продукции растениеводства на дневной объем продаж. Рост показателя говорит о трудностях сбыта и росте риска невостребованной продукции.

С учетом всего вышесказанного следует, что анализ производства и реализации продукции растениеводства базируется на исследовании объемов выпуска продукции растениеводства и ее реализации, т.к. данные показатели напрямую влияют на величину издержек, прибыли и рентабельности предприятия. Результаты анализа играют важную роль для формирования достоверной информации, необходимой для принятия управленческих решений внутренних пользователей, а также для внешних пользователей (акционеров, кредиторов, поставщиков, покупателей, государства) для определения финансовой надежности и, как следствие, оценки целесообразности инвестирования в данное предприятие.

Список литературы

1. Алексеева Л.П. Анализ объемов реализации продукции организации: Учебное пособие / Л.П. Алексеева. – М., 2013. – 359 с.
2. Бычкова С.М. Бухгалтерский учет и анализ: Учебное пособие / С.М. Бычкова, Д.Г. Бадмаева. – СПб.: СПб., 2015. – 512 с.
3. Волошина Е.И. Методические подходы к внутреннему контролю готовой продукции растениеводства / Е.И. Волошина, Т.П. Таранова // Наукові праці Південного філіалу НУБіП України «Кримський агротехнологічний університет». Економічні науки. – Сімферополь, 2013. – Вип. 152. – С. 129–134.
4. Экономический анализ: Учебное пособие / Автор-сост. Л.В. Земцова. – Томск: Эль Контент, 2013. – 234 с.