

## **Методические рекомендации по выполнению практического задания 6.**

Целью анализа производства и реализации продукции является нахождение путей оптимизации объемов и структуры выпускаемой продукции в интересах максимизации прибыли.

Основные задачи анализа производства и реализации продукции:

- анализ объемов производства и реализации продукции;
- выявление изменений в ассортименте и структуре продукции, определение их влияния на выпуск продукции в натуральном и стоимостном выражении;
- выявление резервов дальнейшего увеличения объемов выпуска и реализации продукции.

Товарный баланс формируется в разрезе видов продукции, товарных групп или номенклатуры товаров. В случае торговой компании в нем будут отражены в натуральном и стоимостном выражении показатели: счет 10 остатки товаров на складах на начало периода; продажи товаров (возможна детализация по направлениям продаж, каналам сбыта); закупки товаров (возможна детализация по источникам закупок. Например, закупки на внутреннем рынке и импорт товаров); остатки на складах на конец периода.

Далее рассмотрим этапы факторного анализа:

1. Установление цели проведения расчетов.
2. Отбор значений, которые непосредственно или косвенно влияют на конечный результат.
3. Классификации факторов для комплексного исследования.
4. Обнаружение зависимости между выбранными параметрами и конечным показателем.
5. Моделирование взаимных связей между результатом и факторами, влияющими на него.
6. Определение степени воздействия значений и оценка роли каждого из параметров.
7. Использование образованной факторной таблицы в деятельности предприятия.