



С.В. КАЛЕДИН

**«Планирование
производства и сбыта
продукции»**

лекция в слайдах с тестами

Сергей Каледин
**«Планирование производства
и сбыта продукции»**
лекция в слайдах с тестами

*http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=70003531
SelfPub; 2023*

Аннотация

В брошюре вниманию читателя представлен лекционный материал для финансово-экономических ВУЗов дисциплины «Бизнес-планирование». Уровень высшего образования «Бакалавриат», направление 38.03.02 «Менеджмент». Направленность (профиль) – «Управление бизнесом и логистика». Присваиваемая квалификация (степень) – «Бакалавр». Форма обучения: очная, заочная. В работе представлена тема: «Планирование производства и сбыта продукции». Предложенная информация, несомненно, поможет преподавателю качественно донести до аудитории предложенную информацию, а для слушателей – освоить предложенную проблему. Содержание брошюры актуально и будет полезно для широкого круга читателей.

Содержание

Тесты по «Бизнес-планированию»	29
Конец ознакомительного фрагмента.	31

Сергей Каледин «Планирование производства и сбыта продукции» лекция в слайдах с тестами

Лекция 5

**ПЛАНИРОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВА И СБЫТА
ПРОДУКЦИИ**



СОДЕРЖАНИЕ

1. Планирование производства;
2. Планирование производственных программ предприятия и цехов;
3. Обоснование производственной программы производственной мощностью;
4. Планирование реализации продукции.



1. Планирование производства

К задачам планирования производства и реализации продукции относятся:

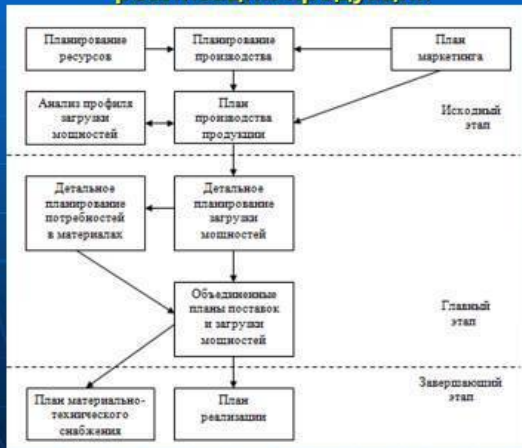
1. выбор варианта технологического процесса и процесса производства, которые могли бы обеспечить должный уровень издержек производства и качества продукции и гарантировать ее реализацию, получение прибыли;
2. планирование объема выпуска продукции, принятие решений о формировании портфеля заказов по отдельным номенклатурным позициям;



3. планирование производственной мощности, принятие решений о сохранении уровня или увеличении производственной мощности за счет «расшивки узких мест» или путем установления дополнительного оборудования;
4. планирование уровня кооперации, принятие решений о самостоятельном производстве полуфабрикатов и комплектующих изделий или закупки их у сторонних производителей;
5. планирование материальных ресурсов, принятие решений о выборе поставщиков, количестве и качестве и т. д.;
6. планирование реализации продукции, принятие решений о движении потоков изделий по всей распределительной логистической цепочке.



Система планирования производства и реализации продукции



На практике используются измерители продукции:

натуральные измерители, выражающие физический объем конкретных видов продукции, служат основой для установления трудовых и стоимостных измерителей и могут применяться лишь при выпуске однородной продукции. Они измеряются в таких единицах, как штуки, тонны, метры и т. д.;

условно-натуральные (агрегированные) измерители, которые применяются для измерения натуральной продукции разных номенклатур единым агрегированным показателем, каковым является единый для данной отрасли условно-натуральный показатель.



На практике используются измерители продукции:

трудовые измерители, которые характеризуют объем выпущенной продукции в нормо-часах (человеко-часах, станко-часах), нормо-рублях и являются базой для многих видов планирования (технико-экономического, оперативно-производственного, социально-трудового и т. д.) и основой для управления издержками производства на предприятии;

стоимостные измерители, которые характеризуют объем производства продукции в денежном выражении и являются основой для сопоставления объема выпуска разнородной продукции.



При разработке производственной программы используются следующие понятия и показатели.

Номенклатура – перечень или состав выпускаемой продукции по ее видам или наименованиям.

Ассортимент – состав определенного вида (наименования) продукции по типам, сортам, маркам, размерам, профилям и т. д.

Готовая продукция – полностью выполненные работы, соответствующие техническим условиям, стандартам, рабочим чертежам, договорам с потребителями, требованиям заказчиков, показателям качества и пр. Она может быть выражена в натуральных, трудовых и стоимостных измерителях.



Товарная продукция – готовая продукция и выполненные работы (услуги), предназначенные для реализации на сторону. Объем товарной продукции определяется в оптовых ценах предприятия по следующей формуле:

$$N_{\text{оп}} = \sum_i N_i \Pi_i,$$

где:

$N_{\text{оп}}$ – объем товарной продукции в стоимостных показателях;

N_i – объем производства i -го изделия в натуральном выражении;

Π_i – оптовая цена i -го изделия.



Валовая продукция – вся продукция, намеченная к выполнению в данный плановый период.

Она включает товарную продукцию, изменение остатков незавершенного производства, соответственно, на начало и конец планового периода ($НЗП_n$, $НЗП_k$) и изменение остатков специальной технологической оснастки собственного производства, соответственно, на начало и конец планового периода (O_n , O_k)

$$ВП = N_{тн} + (НЗП_n - НЗП_k) + (O_n - O_k).$$

2. Планирование производственных программ предприятия и цехов

Производственная программа предприятия представляет собой годовой развернутый план производства и реализации продукции.

Исходной информацией для разработки производственной программы являются:

- план маркетинга;
- анализ загрузки производственных мощностей по всем производственным подразделениям;
- анализ обеспеченности сырьем, материалами, энергией, трудовыми ресурсами.



При планировании производственной программы используют запланированные данные из следующих подразделений:

- **сбыта** – максимальный объем сбыта, цены;
- **хранения** – складские запасы;
- **производства** – имеющиеся оборудование, трудовые ресурсы, потребность в производственных мощностях на единицу продукции и пр.
- **закупки** – имеющиеся в распоряжении сырье, материалы.



Планирование производственной программы включает:

- планирование количества продукции;
- планирование структуры ассортимента;
- планирование уровня качества;
- планирование выхода на рынок и времени пребывания на рынке.

Основой плана производства на предприятиях являются **заключенные договоры с потребителями**, имеющийся портфель заказов и существующая потребность в товарах, а также возможные изменения на рынке в течение планового периода.



Планирование производственной программы (план изготовления продукции) состоит в том, чтобы решить, какие виды и какой объем продукции должны быть изготовлены за определенный промежуток времени.

Для разработки комплексного плана производства продукции, характеризующего годовой объем, номенклатуру, качество и сроки выпуска требуемых рынком товаров (работ, услуг), **необходимо проводить анализ профиля загрузки производственных мощностей предприятия.**



Производственная программа предприятия должна быть обоснована как с позиции рыночных потребностей в производимых предприятием изделиях, так и с позиции обеспеченности предприятия различными ресурсами, необходимыми для выполнения производственной программы.

На основе анализа большого количества информационных данных можно рассматривать множество вариантов формирования производственной программы, из которых **следует выбрать наиболее эффективный** (оптимальный).



3. Обоснование производственной программы производственной мощностью

С целью обоснования производственной программы производится расчет производственной мощности. Под производственной мощностью понимают максимально возможный годовой выпуск продукции (работ, услуг) в запланированной номенклатуре.



Производственная мощность предприятия определяется по мощности ведущих цехов, которые зависят от специализации предприятия и трудоемкости выполняемых в них работ. К ним могут быть отнесены механические, сборочные и другие цехи (в геодезическом производстве – мощность полевого и камерального производства).

Мощность цехов (экспедиций) определяется по мощности ведущих участков, играющих решающую роль в выполнении производственной программы цеха (экспедиции).



В плановых расчетах используется показатель среднегодовой мощности, определяемый по формуле:

$$M_{cp} = M_{sx} + \frac{\sum M_{вв} \cdot T_n}{12} - \frac{\sum M_{выб} (12 - T_n)}{12},$$

где:

M_{sx} – входная мощность;

$M_{вв}$ – вводимая мощность в течение планового периода;

$M_{выб}$ – выбывающая мощность в течение планового периода;

T_n – продолжительность эксплуатации мощности в течение планового периода, месяц.



4. Планирование реализации продукции

Обобщающим показателем деятельности предприятия является объем реализованной продукции.

Под **реализованной** продукцией предприятий понимается отгруженная покупателям продукция, товары, а также сданные заказчикам работы и услуги промышленного характера с предъявлением расчетных документов об оплате.

Предъявленными считаются расчетные документы с момента сдачи их в учреждения банка либо передачи их покупателю (заказчику), если это предусмотрено договором.



К объему реализации продукции собственного производства относятся:

- выручка от реализации (продажи) всех видов продукции, произведенной в рамках производственной деятельности предприятия;
- выручка от реализации (продажи) товаров на основе давальческих сделок с другими предприятиями в стране или за границей (включая переработку давальческого сырья);
- выручка от реализации (продажи) электроэнергии, тепла, газа, пара, воды собственного производства;
- выручка от реализации (продажи) продукции подсобных производств.



При расчете объема реализованной продукции **под отгруженной** понимается продукция, фактически отгруженная потребителям (включая продукцию, сданную по акту заказчиком на месте), выполненные работы и услуги, принятые заказчиком независимо от того, поступили деньги на счет предприятия или нет.

Оценка объема отгруженной продукции производится в фактических ценах производителей без налога на добавленную стоимость, акцизного сбора и других налогов из выручки.



Если под реализованной понимается отгруженная потребителям продукция, выполненные работы и услуги **независимо от того, оплачены они или нет**, то она определяется следующим образом:

$$ОР = ОП + (Г_1 - Г_2),$$

где:

ОР – планируемый объем реализации продукции (работ, услуг), тыс. руб.;

ОП – планируемый объем производства продукции (работ, услуг), тыс. руб.;

Г₁ и **Г₂** – запасы готовой продукции на складах предприятия, соответственно, на начало и конец планового периода, тыс. руб.



Если под реализованной продукцией **понимается отгруженная и оплаченная продукция** (работы, услуги), то она определяется как стоимость планируемого объема производства продукции (работ, услуг) плюс остатки запасов готовой продукции на складах и остатки отгруженной, но неоплаченной продукции на начало, минус остатки запасов готовой продукции на складах и остатки отгруженной, но неоплаченной продукции на конец планового периода:

$$OP = ОП + (Г_1 - Г_2) + (O_1 - O_2),$$

где O_1 и O_2 – остатки отгруженной, но неоплаченной потребителем продукции (работ, услуг), соответственно, на начало и конец планового периода, тыс. руб.



Результирующим документом разработки плана реализации является план сбыта продукции, утвержденный руководителем коммерческой службы, а при её отсутствии – руководителем предприятия

Форма плана сбыта продукции (работ, услуг) на год

№ п/п	Наименование изделия (услуги)	Единица измере- ния	Цена за единицу, тыс. руб.	Коли- чество (объем)	Общая сумма поставки	Дата поставки	Заказчик (потребитель)

Контрольные вопросы

1. Что относится к задачам планирования и реализации продукции?
2. Как учитывается при планировании процесс изготовления изделия?
3. Какие исходные данные необходимы для разработки производственной программы?
4. Что понимается под товарной продукцией, и какое значение она имеет для предприятия?
5. Что понимается под производственной мощностью предприятия и каково её назначение?
6. Каковы сущность и цель обоснования объёмного плана производственной мощностью?

Тесты по «Бизнес-планированию»

Тема № 5 «ПЛАНИРОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВА И СБЫТА ПРОДУКЦИИ»

Вопрос 1. К задачам планирования производства и реализации продукции НЕ относятся:

1. выбор варианта технологического процесса и процесса производства, которые могли бы обеспечить должный уровень издержек производства и качества продукции и гарантировать ее реализацию, получение прибыли;
2. планирование объема выпуска продукции, принятие решений о формировании портфеля заказов в целом по всем номенклатурным позициям;
3. планирование финансовых ресурсов, принятие решений о сохранении уровня или увеличении финансовых ресурсов за счет «расшивки узких мест» или путем привлечения средств потенциальных инвесторов;
4. планирование материальных ресурсов, принятие решений о выборе поставщиков, количестве и качестве и т. д.

Вопрос 2. В исходный этап системы планирования производства и реализации продукции входит:

(выберите правильные ответы)

1. планирование ресурсов;
2. план производства продукции;
3. план материально-технического снабжения;

4. анализ профиля загрузки мощностей;
5. планирование производства.

Вопрос 3. Результирующим документом разработки плана реализации является:

1. план сбыта продукции;
2. план сбыта продукции, утвержденный руководителем коммерческой службы;
3. план сбыта продукции, утвержденный руководителем предприятия;
4. план сбыта продукции, утвержденный заместителем руководителя предприятия по производству;
5. план сбыта продукции, утвержденный главным бухгалтером предприятия;
6. план сбыта продукции, утвержденный начальником финансовой службы (финансового отдела) предприятия.

Вопрос 4. Оценка объема отгруженной продукции производится:

1. в фактических ценах производителей без налога на добавленную стоимость;

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.