

# АНАЛІЗ ВИРОБНИЦТВА Й РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ



Темпи зростання обсягу виробництва і реалізації продукції, підвищення її якості безпосередньо впливають на величину витрат, прибуток і рентабельність підприємства.

### **Основні завдання аналізу:**

підвищення якості, обґрунтованості планування виробництва, як у цілому, так і в розрізі структурних підрозділів;

загальна оцінка виконання планів виробництва, постачання й реалізації продукції, оцінка динаміки обсягів виробництва;

виявлення факторів, що впливають на загальні обсяги виробництва протягом різних періодів (наприклад: причини несвоєчасного вводу об'єктів в будівництві);

пошук резервів збільшення обсягів випуску продукції й реалізації, прискорення вводу об'єктів в експлуатацію (у будівництві).

Обсяг виробництва і реалізації продукції може виражатися у **натуральних, умовно-натуральних і вартісних вимірниках.**

1) вартісні вимірники використовують для узагальнюючої характеристики обсягів виробництва й реалізації продукції;

2) натуральні вимірники (штуки, метри, тонни й т.п.) застосовують при аналізі обсягів виробництва й реалізації продукції по окремих видах і групами однорідної продукції;

3) умовно-натуральні вимірники (наприклад, тисячі умовних банок, кількість умовних ремонтів і т.п.) використовують для узагальнюючої характеристики обсягів виробництва й реалізації продукції, як правило, на підприємствах, де виготовляється однорідна продукція в різній по об'єму тарі.

Основними показниками обсягу виробництва в промисловості є **товарна, валова й реалізована продукція.**

**Валова продукція** – це вартість всієї виготовленої продукції, виконаних робіт і наданих послуг, включаючи незавершене виробництво.

**Товарна продукція** характеризує обсяг виробництва повністю завершеної і належної до продажу продукції (товарів, робіт, послуг). Вона відрізняється від валової тим, що до неї не включаються залишки незавершеного виробництва й внутрішньогосподарський оборот.

- вартість готової продукції;
- напівфабрикати власного виробництва, відпущені на сторону, для капітального будівництва й допоміжних господарств власного підприємства;
- вартість переробки сировини з матеріалів замовника;
- вартість інструмента, штампів, моделей, пристроїв, відпущених на сторону або зарахованих до основних засобів підприємства (продукції допоміжних цехів);
- вартість робіт, послуг виконаних на сторону й т. п.

**Обсяг реалізованої продукції** визначається за методом нарахування (відвантаження) за діючими цінами (оптовими, договірними).

Аналіз починається з вивчення динаміки випуску і реалізації продукції, розрахунку базисних і ланцюгових темпів зростання і приросту (таблиця 1).

Рік	Обсяг виробництва продукції в поточних цінах, тис. грн.	Індекс цін	Обсяг виробництва продукції у цінах базисного роки, тис. грн.	Темпи зростання %		Об'єм реалізації тис. грн.	Темпи зростання %	
				базисні	ланцюгові		базисні	Ланцюгові
xxx1	18610	1,00	18610	100	100	18500	100	100
xxx2	27357	1,50	18234-	98,0	98,0	18144	98,0	98,0
xxx3	38148	1,46	17420	93,6	95,5	17390	94,0	95,8
xxx4	53940	1,40	17610	94,5	101,1	17715	95,7	101,8
xxx5	73940	1,33	18140	97,5	103,0	18145	98,1	102,4
xxx6	100320	1,28	19230	103,3	106,0	19018	102,8	104,8



*Середньорічний темп зростання (приросту) випуску і реалізації продукції можна розрахувати по середньгеометричною або середньоарифметичною зваженою.*

Обчислимо його по середньгеометрической:

$$\begin{aligned} T_{\text{ВП}} &= \sqrt[n-1]{T_1 \times T_2 \times T_3 \times T_4 \times T_5 \times T_6} = \\ &= \sqrt[5]{1,0 \times 0,98 \times 0,955 \times 1,011 \times 1,03 \times 1,06} = \sqrt[5]{1,033} \\ &= 1,0065 = 100,65\% \end{aligned}$$

$$T_{\text{пр}} = 100,65 - 100 = 0,65\%,$$

$$\begin{aligned} T_{\text{рп}} &= \sqrt[n-1]{T_1 \times T_2 \times T_3 \times T_4 \times T_5 \times T_6} = \\ &= \sqrt[5]{1,0 \times 0,98 \times 0,958 \times 1,018 \times 1,024 \times 1,048} = \sqrt[5]{1,028} \\ &= 1,0055 = 100,55\% \end{aligned}$$

$$T_{\text{пр}} = 100,55 - 100 = 0,55\%,$$

де  $T_{\text{ВП}}$  - темп зростання випуску продукції;

$T_{\text{рп}}$  - темп зростання реалізації продукції;

$T_{\text{пр}}$  - темп приросту.

У наведеному прикладі середньорічний темп приросту випуску продукції складає 0,65%, а реалізації продукції - 0,55%.

**Оцінка виконання плану по виробництву і реалізації продукції за звітний період (місяць, квартал, рік) виробляється по методиці, приведеній в таблиці 2.**

Виріб	Обсяг виробництва продукції в планових цінах, тис. грн.				Реалізація продукції в планових цінах, тис. грн.			
	план	факт.	+, -	% до плану	план	факт.	+, -	% до плану
А	50 000	66 500	+ 16 500	+33	52 275	62 730	+ 10455	+20,0
В	30 000	17 100	-12 900	-43	30 135	17712	-12 423	-41,2
<i>РАЗОМ</i>	80 000	83 600	+3600	+4,5	82410	80 442	-1968	-2,39

З таблиці видно, що за звітний рік план по випуску готової продукції перевиконаний на 4,5%, а по реалізації недовиконаний на 2,39%, що також свідчить про зростання залишків нереалізованої продукції.

**Оперативний аналіз виробництва і відвантаження продукції** здійснюється на основі розрахунку, в якому відбиваються планові і фактичні відомості про випуск і відвантаження продукції за об'ємом і асортименту за день, наростаючим підсумком з початку місяця, а також відхилення від плану (табл.3).

Вигляд продукції	План		План з початки місяця	02.01.20__р			03.01 і так далі
	на добу	на місяць		Фактичний об'єм		Відхилення від плану	
				за добу	з початку місяця		
<b>Виріб А</b>							
Випуск	400	2500	400	380	380	-20	
Відвантаження	405	2520	405	410	410	+5	
<b>Виріб А</b>							
Випуск	125	1600	125	130	130	+5	
Відвантаження	135	1640	135	138	138	+3	
<i>Разом</i>							
<b>Виріб А</b>							
Випуск	525	4100	525	510	510	-15	
Відвантаження	540	4160	540	548	548	+8	



В процесі аналізу виробництва і реалізації продукції *необхідно оцінити також ризик незатребуваної продукції, який може виникнути унаслідок падіння попиту на неї.*



### **Внутрішні причини:**

- невірно складений прогноз попиту на продукцію службовцями підприємства;
- невірна цінова політика підприємства на ринках збуту;
- Зниження конкурентоспроможності продукції в результаті низької якості сировини, устаткування, відсталої технології, низької кваліфікації персоналу;
- неефективна організація процесу збуту і реклами продукції.



### **Зовнішні причини:**

неплатоспроможність покупців;  
підвищення процентних ставок по вкладах;  
демографічні, соціально-економічні, політичні і інші причини.:

## Аналіз асортименту і структури продукції

Своєчасне оновлення асортименту продукції (послуг) з врахуванням зміни кон'юнктури ринку є одним з найважливіших індикаторів ділової активності підприємства і його конкурентоспроможності.

При формуванні асортименту і структури випуску продукції підприємство повинне враховувати, з одного боку, попит на дані види продукції, а з іншої - найбільш ефективно використання трудових, сировинних, технічних, технологічних, фінансових і інших ресурсів, наявних в його розпорядженні. Система формування асортименту включає:

визначення поточних і перспективних потреб покупців

оцінку рівня конкурентоспроможності продукції, що випускається або планованої до випуску

вивчення життєвого циклу виробів на ринках, вживання своєчасних заходів по впровадженню нових, більш докочаних видів продукції і вилучення з виробничої програми морально застарілих і економічно неефективних виробів

оцінку економічної ефективності і міри ризику змін в асортименті продукції

*Загальну характеристику змін асортименту продукції* дає однойменний коефіцієнт, рівень якого визначається таким чином:

$$K_{ac} = \frac{\text{Об'єм продукції, прийнятий в розрахунок}}{\text{Базовий об'єм виробництва (реалізації) продукції}}$$

В розрахунок даного коефіцієнта приймається фактичний випуск продукції кожного виду в звітному періоді, але не більш базового (планового, минулого періоду).

$$K_{ac} = \frac{50000+17100}{80000} = 0,84$$

Судячи по величині цього коефіцієнта, сталися суттєві зміни в асортиментній політиці підприємства: значно збільшився випуск першого виробу і скоротився другого

**Зміна структури виробництва робить великий вплив на всі економічні показники:** обсяг випуску у вартісній оцінці, матеріаломісткість, собівартість товарної продукції, прибуток, рентабельність.

Якщо збільшується питома вага дорожчої продукції, то обсяг її випуску у вартісному вираженні зростає, і навпаки. То ж відбувається з розміром прибули при збільшенні питомої ваги високорентабельною і, відповідно, при зменшенні долі низькорентабельної продукції.

### Аналіз структури товарної продукції

<i>Виріб</i>	Відпускна ціна виробу, грн.	Обсяг виробництва продукції, шт.		Структура продукції %		Випуск продукції в базисних цінах, тис. грн.			Зміна випуску продукції за рахунок структури, тис. грн.
		<i>план</i>	<i>факт</i>	<i>план</i>	<i>факт</i>	<i>план</i>	Факт, при базовій структурі	<i>факт</i>	
А	5000	10000	13300	50	70	50000	47500	66500	+19000
Б	3000	10000	5700	50	30	30000	28500	17100	-11400
<i>Разом</i>	-	20000	19000	100	100	80000	76000	83600	+ 7600

$$\begin{aligned} \text{ВП}_{\text{усл1}} &= \sum (\text{VВП}_{\text{общ1}} \times \text{У}_d \times \text{Ц}_0) = \\ &= (19000 \times 0,7 \times 5000) + (19000 \times 0,3 \times 3000) \\ &= 66500 + 17100 = 83600 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{ВП}_{\text{усл2}} &= \sum (\text{VВП}_{\text{общ1}} \times \text{У}_d \times \text{Ц}_0) = \\ &= (19000 \times 0,7 \times 3000) + (19000 \times 0,3 \times 5000) \\ &= 66500 + 17100 = 76600 \end{aligned}$$

$$\Delta \text{ВП}_{\text{стр}} = \text{ВП}_{\text{усл1}} - \text{ВП}_{\text{усл2}} = 83600 - 76000 = +7600 \text{ тис. грн}$$

де  $\Delta \text{ВП}$  - вартість валового випуску продукції;

$\text{VВП}_{\text{общ}}$  - загальний обсяг випуску продукції в натуральному або умовно-натуральному вираженні;

$\text{У}_d$ ; - питома вага 1-го вигляду продукції в загальному об'ємі виробництва;

$\text{Ц}$  - ціна 1-го вигляду продукції.



Якби обсяг виробництва рівномірно зменшився на 5% по всіх видах продукції і не порушилася структура, що склалася, то загальний обсяг виробництва в базових цінах склав би 76 000 тис. грн. При поточній структурі він вище на 7600 тис. крб. Це означає, що збільшилася доля дорожчої продукції загалом її випуску.

Такий же результат можна отримати і простішим способом - способом *процентних різниць*. Для цього різниця між індексами обсягу виробництва продукції, розрахованими на підставі вартісних ( $I_{ст} = 83600/80000 = 1,045$ ) і умовно-натуральних обсягів випуску (можна в нормо-часах) ( $I_{н} = 19000/20000 = 0,95$ ), помножимо на випуск продукції базового періоду у вартісному вираженні

$$\begin{aligned}\Delta ВП_{стр} &= (I_{ст} - I_{н}) \times ВП_0 = (1,045 - 0,95) \times 80000 \\ &= +7600 \text{ тис. грн}\end{aligned}$$

Аналогічним чином визначається вплив структури реалізованої продукції на суму виручки і на інші показники діяльності підприємства: трудомісткість, матеріаломісткість, загальну суму витрат, прибуток, рентабельність і інші економічні показники, що дозволить комплексно, всесторонньо оцінити ефективність асортиментної і структурної політики підприємства.