

АНАЛІЗ ВИРОБНИЦТВА І РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ

У статті відображено взаємозалежність між обсягами виробництва та реалізації продукції в умовах конкурентного середовища та висвітлено методику проведення аналізу виробничо-збутової діяльності переробних підприємств.

Обсяг виробництва і реалізації продукції є найважливішими взаємозалежними показниками, які характеризують виробничо-господарську діяльність підприємства. Темпи росту обсягу виробництва та збуту продукції безпосередньо впливають на величину витрат і є прямим джерелом виробничого та соціального розвитку підприємства, що забезпечує сталі та зростаючі показники: прибуток, ліквідність, платоспроможність, розмір та своєчасність виплати заробітної плати, надходження до бюджету.

В умовах обмежених виробничих можливостей і необмеженого попиту основним визначаючим чинником є обсяг виробництва продукції, але в міру насичення ринку та посилення конкуренції, не виробництво визначає обсяг продажу, а навпаки – можливий обсяг продажу виступає основою формування виробничої програми. Підприємство повинно виробляти тільки ті товари і в такому обсязі, які воно може реально реалізувати.

Аналіз виробництва і реалізації продукції має за мету забезпечити керівництво структурних підрозділів підприємства необхідною інформацією для прийняття рішень з регулювання виробничо-збутових процесів.

Проблеми аналізу виробництва і продажу продукції є предметом дослідження таких вчених, як Болюх М. А., Бурчевський В. З., Горбатюк М. І., Івахненко В. М., Мних Є. В., Савіцкая Г. В., Сапачов М. І., Чумаченко М. Г., Шкарабан С. І., Щибиволок З. І. та ін. [1;2;3;4;5;6].

Завданнями аналізу виробництва і реалізації продукції є : оцінка впливу зовнішніх та внутрішніх факторів на обсяг виробництва та реалізації продукції; оцінка рівня виконання плану і динаміки виробництва й збуту продукції, визначення впливу факторів на зміну даних показників; визначення частки ринку і тенденції її зміни за декілька років та загального обсягу реалізації.

Для виконання аналітичного дослідження використовують статистичну звітність про виробництво та збут продукції, а також планові матеріали відповідного відділу бухгалтерії і облікові дані про випуск продукції.

Аналіз господарської діяльності промислового підприємства починається з вивченням виробничої програми випуску продукції у відповідності з контрактами та укладеними договорами на збут покупцям та замовникам.

В сучасних умовах господарювання, коли має місце постійне зниження обсягу виробництва, зіставлення фактичних і планових показників випуску продукції є недостатнім. Необхідно проаналізувати обсяг виробництва найважливіших видів продукції підприємства за кілька років і виявити динаміку цих показників зіставленням обсягу виробництва кожного року з базовим періодом, вказавши основні причини зниження обсягу випуску продукції [6:161-162] (табл. 1).

Наведені дані свідчать про те, що план виробництва спирту і спиртопродуктів не виконано (окрім випуску спирту зернового вищої очистки та вуглекислоти). Відсоток виконання плану виробництва спирту становить 92%.

При аналізі обсягу виробництва продукції особливу увагу необхідно звернути на виконання плану виробництва у звітному періоді з вивченням рівнів виконання плану в помісячному і поквартальному розрізі. Це дасть змогу визначити ефективність використання виробничих потужностей. Якщо рівні виконання плану за цими проміжками часу помітно відрізняються, слід більш докладно з'ясувати причини такого становища і проаналізувати заходи що вживалися адміністрацією підприємства для покращення ситуації (табл. 2).

Протягом 1 кварталу звітного періоду на досліджуваному нами підприємстві виробничу програму перевиконано на 16 %, що свідчить про ефективність використання виробничих

Серія: Економіка

потужностей. Однак, великі залишки зерна та спирту на складах, низька реалізація продукції зумовили зупинку роботи заводу з метою проведення ремонтних робіт, як наслідок – недовиконання загального запланованого обсягу виробництва на 21.3 %.

Таблиця 1. Аналіз виробництва продукції ДП “Борщівський спиртовий завод”

Назва показників	Фактично, за 2003 р.	По плану на 2004р.	Фактично за 2004 р.	Відхилення факту 2004 року		Темп росту обсягу продукції 2004 р. по відношенню до	
				від плану	від 2003р.	плану, %	2003р., %
Виробництво спирту, тис. дал.	549.6	600	554.2	-4.8	4.6	92	100.8
Вищої очистки мелясний	201.6	100	61.1	-38.9	-140.5	61.1	30.3
Вищої очистки зерновий	107.8	100	197.9	97.9	90.1	197.9	184
Зерновий “Люкс”	150.8	400	295.4	-104.6	144.6	73.9	195.9
Технічний	89.4	-	-	-	-89.4	-	-
Вуглекислота, тон	8.6	10	10.3	0.3	1.7	103	119.8

Таблиця 2. Аналіз виконання програми виробництва спирту Борщівським спиртовим заводом за 2004 рік

Місяці	План на 2004 рік		Фактично за 2004 рік		% виконання плану
	Кількість, тис. дал	Сума, тис. грн.	Кількість, тис. дал	Сума, тис. грн.	
Січень	60	1432.3	71	1837.9	128.3
Лютий	60	1432.3	71	1831.4	127.9
Березень	65	1551.8	59.3	1455.5	93.8
1 квартал	185	4416.4	201.3	5124.8	116
Квітень	0	0	0	0	0
Травень	0	0	0	0	0
Червень	75	1915.6	46.8	1024.6	90.8
1 півріччя	260	6332	248.1	6149.4	48.5
Липень	30	719.2	46	1128.6	449.7
Серпень	60	1312.5	41.4	848.9	302.7
Вересень	60	1482.9	62	1466.9	129.2
9 місяців	410	9846.6	397.5	9593.8	29
Жовтень	65	1731.2	63	1731.2	155.2
Листопад	60	1597.9	29.8	684.7	42.8
Грудень	65	1734.3	63.9	1216.7	70.2
Рік	600	14910	554.2	13226.4	88.7

Одним із найважливіших показників оцінки кінцевих результатів діяльності промислового підприємства є обсяг реалізованої продукції, під яким розуміють фактичну вартість продукції, відправленої покупцям. Реалізація продукції є взаємопов'язуючим фактором між виробником і споживачем. Кожне підприємство плануючи обсяг виробництва продукції, виробничу потужність має заздалегідь знати, яку саме продукцію, в якому обсязі і за якими цінами воно буде реалізовувати. Для цього необхідно вивчити попит на продукцію, ринки збуту, їхню місткість, реальних конкурентів [3: 353-354].

Аналіз реалізованої продукції проводиться у динаміці у порівнянні з минулорічним звітним періодом і може здійснюватися з використанням грошових вимірників (відпускних цін), та натуральних показників, які використовуються для аналізу обсягів реалізації продукції за групами однорідної продукції (табл. 3).

Таблиця 3. Динаміка реалізації основних видів продукції Борщівським спиртовим заводом у 2004 році

Назва показників	2003 рік, тис. дал.	2004 рік, тис. дал.	% виконання 2004р. до 2003р.
Реалізовано спирту всього	455.2	490.7	107.8
Вищої очистки мелясний	183.5	62.8	34
Вищої очистки зерновий	55.1	151	274
Зерновий “Люкс”	196.7	276.9	141
Технічний	19.9	-	-

У 2004 році Борщівським спиртовим заводом реалізовано 490.7 тис. дал. спирту, що на 7.8% більше 2003 року. В структурі реалізованої продукції спостерігається збільшення обсягу реалізації спирту зернового вищої очистки та “Люкс” на 174% та 41% відповідно та спад збуту спирту мелясного на 66%.

Нині, у зв'язку із розвитком ринкових відносин, збільшення можливостей зовнішньоекономічної діяльності, зростає необхідність вивчення як внутрішнього, так і

зовнішнього економічного середовища функціонування підприємства. Аналітичному дослідженню підлягає вивчення структури реалізованої продукції (табл. 4).

Таблиця 4. Структура ринків збуту продукції Борщівського спиртового заводу

Назва показників	Фактично за 2003 рік	Питома вага, %	Фактично за 2004 рік	Питома вага, %	% виконання 2004р. до 2003р.
Реалізовано спирту всього, тис. дал.	455.2	100	490.7	100	107.8
По Україні, тис. дал.	343.5	75	314.9	64	92
На експорт, тис. дал.	111.7	25	175.8	36	157

За звітний період співвідношення між реалізацією спирту на внутрішньому ринку та на експорт становило 64% та 36% відповідно. В порівнянні з минулорічним роком обсяг експорту спирту збільшився на 57%, що є наслідком вдалої маркетингової політики підприємства.

При аналізі реалізації продукції особливу увагу необхідно акцентувати на виконання договорів поставок продукції та визначення зміни частки основних покупців. Це дасть змогу адміністрації вжити заходів для ефективного формування збутової стратегії підприємства.

Отже, аналіз виробництва та реалізації продукції є основним джерелом інформації, яка використовується керівництвом підприємства для регулювання виробничо-господарської та збутової діяльності.

Література

1. "Економічний аналіз діяльності промислових підприємств" // За ред. С. І. Шкарабана, М. І. Сапачова – Тернопіль, ТАНГ, 1999. – 450с.
2. Економічний аналіз: Навч. посіб. М. А. Болюх, В. З. Бурчевський, М. І. Горбатюк; За ред. акад. НАНУ, Г. Чумаченка. – К.: КНЕУ, 2001. – 540с.
3. Івахненко В. М. Курс економічного аналізу: Навч. посіб. – 3-тє вид., перероб. і доп. – К.: Знання-Прес, 2002. – 190с.
4. Мних Є. В. Економічний аналіз: Підручник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2003. – 412с.
5. Савицкая Г. В. Экономический анализ: Учеб. // Г. В. Савицкая. – 8-е изд., перераб. – М.: Новое знание, 2003. – 680с.
6. Сернікова Т. М., Понікаров В. Д., Кожанова Є. П., Отенко І. П. Облік, аналіз і аудит: Навч. посіб. – Х.: ВД "Інжек", 2003. – 380с.

Ruslana Yuzva

PRODUCTION ANALYSIS AND SELLING OF OUTPUT

In the article interdependence is represented between production and realization of products volumes in the conditions of competition environment and the method of conducting of analysis of production-sale activity of processing enterprises is reflected.

УДК 35.073.52