

## **Вступ**

Аналіз – це метод пізнання явищ, предметів та процесів шляхом їх розкладання на складові частини.

Сьогодні роль аналізу різко зросла. Ламаються стереотипи мислення мільйонів людей, які займаються підприємницькою діяльністю. Цих людей на кожному кроці підстерігають невдачі. Вони постійно ризикують не лише грошми, а й життям. Успіх цих людей залежить від уміння правильно аналізувати, перш за все, економічні процеси та явища.

Уникнути втрат зможе лише той, хто досконало володіє аналізом. Аналіз допоможе з кожної невдачі завжди досягти удачі. Без аналізу удачі ніколи не побачиш.

За умов ринкової економіки господарчим суб'єктом (підприємством) надані широкі права і можливості у реалізації своїх економічних інтересів, вибору способів організації виробництва, збуту продукції. При цьому підприємства виходять із власних ресурсних можливостей з врахуванням широкого спектру факторів, які впливають на ефективність використання виробничого потенціалу. Економічний аналіз обов'язково повинен передувати прийняттю науково обґрунтованих рішень на бухгалтерському рівні управління. Аналіз має не лише виявити хиби, а й розкрити можливості подальшого зростання економіки. За цих умов зростає важливість проведення своєчасного економічного аналізу в промисловості, зокрема таких важливих показників, як показники випуску готової продукції і її реалізації.

Реалізація продукції впливає на фінансові результати роботи підприємства. Крім того, реалізація продукції – це основне джерело формування доходу підприємства. Тому техніко-економічний аналіз роботи підприємства починається з аналізу випуску та реалізації продукції, у вивченні обсягу виробництва, темпів його зростання, тобто у оцінці виконання плану виробництва та реалізації продукції.

При виборі теми враховувалось слідує:

– актуальність теми, виходячи із перспективи розвитку об'єкта дослідження та економіки держави в цілому;

– достатню кількість статистичних даних для розкриття змісту теми.

Тема курсової роботи була виконана на прикладі діяльності окремого підприємства виробництва, а саме ВАТ «СНВО ім. Фрунзе».

Метою даної роботи є аналіз реалізації продукції і прибутку від реалізації продукції, а також ознайомлення з сучасними критеріями характеристики продукції, методики аналізу динаміки цих критеріїв.

Завданням даної роботи є характеристика і аналіз обсягу і асортименту виробництва і реалізації продукції і узагальнення резервів росту обсягу реалізації продукції, аналіз прибутку і рентабельності підприємства.

Були використані традиційні способи і прийоми економічного аналізу господарської діяльності – порівняння, елімінування, групування, відносні та середні величини, прийом послідовних підставок тощо.

## 1. Характеристика діяльності підприємства

ВАТ «СНВО ім. Фрунзе» розташоване у м. Суми, яке знаходиться в північній частині Лівобережної України у зоні лісостепу і є обласним центром.

Підприємство розташоване на земельній площі розміром 3251 га. Виробничі площі об'єднання складають 2602,5 тис. кв. м. Інша площа зайнята під об'єкти соціально-культурного призначення, природоохоронні об'єкти, підсобне сільське господарство та незавершене будівництво. На території об'єднання існує розширена сітка залізничних шляхів та система автодоріг для оперативного рішення задач по перевезенню вантажів, необхідних для потреб виробництва та відвантаження готової продукції.

Підприємство розпочало свою діяльність у 1896 році як «Сумські машинобудівні майстерні», засновані бельгійським акціонерним товариством та місцевими цукровиробниками. У ті роки випускало парові та підйомні машини для шахт Донбасу, виготовляло та ремонтувало обладнання для цукрових заводів.

За роки свого розвитку машинобудівні майстерні перетворилися у велике підприємство, що мало назву «Сумський машинобудівний завод ім. Фрунзе».

В другій половині 60-х років завод перейшов на комплексні поставки хімічного обладнання.

У 1980 році у цілях забезпечення виконання завдань щодо поставки обладнання для атомної енергетики до складу об'єднання входить Сумський завод атомного енергетичного машинобудування.

У зв'язку з розширенням номенклатури та рішенням нових задач в області машинобудування у лютому 1994 року об'єднання стає відкритим акціонерним товариством «Сумське машинобудівне науково-виробниче об'єднання ім. М.В. Фрунзе». На даний момент ВАТ «СНВО ім. Фрунзе» – великий машинобудівний науково-виробничий комплекс до складу якого

входить декілька потужних спеціалізованих виробництв з високо оснащеними цехами, проектною, дослідною та випробувальною базою, що має можливість виготовляти машини та обладнання різного загально технічного призначення.

Організаційна структура підприємства визначається статутом акціонерного товариства. З ціллю забезпечення керування підприємством, його структурними підрозділами зверху донизу, узгодженості дій та відповідальності керівників за результати діяльності ввірених їм підрозділів використовується лінійний підхід до управління. Він полягає в побудові раціональної структури та призначенні для кожного підрозділу керівника, який підпорядкований вищестоящому, що володіє повнотою влади у довіреному йому підрозділі та здійснює лінійне керівництво через підпорядкованих йому лінійних керівників.

Для реалізації поставлених цілей та завдань, а також забезпечення раціонального розподілу праці, за кожним структурним підрозділом закріплені відповідні функції, кожна з яких поділяються на під функції, та мають свої визначені цілі, які закріплені за конкретними керівниками та виконавцями, та оговорені в їх посадових інструкціях.

Лінійні керівники наділені правом прийняття кінцевих, тобто обов'язкових до виконання рішень, що стосуються питань діяльності своїх підрозділів. Щодо деяких питань функціональні керівники наділені правом прийняття кінцевих рішень для керівників одного з ним або нижчого рівня.

Керівники структурних підрозділів відповідають за розробку положень про підрозділи та посадових інструкцій на своїх підлеглих та доведення їх до конкретних осіб. Кожний керівник верхньої ланки має право делегувати частину своїх обов'язків та повноважень підлеглому йому лінійно-компетентному персоналу, але уся відповідальність при цьому залишається за ним.

Вищим органом управління є збори акціонерів.

У період між зборами акціонерів Спостережна рада представляє акціонерів, та в межах своєї компетенції регулює діяльність Правління, що є виконавчим органом акціонерного товариства та здійснює керування його поточною діяльністю.

На підприємстві склалася і діє організаційна структура управління, характерна для великих підприємств машинобудівної галузі. Вона відповідає дивізійній продуктивній структурі.

Виробничий процес на підприємстві організований в цехах і окремих структурних підрозділах, які об'єднані в спеціалізовані виробництва. Кожне з них спеціалізується на випуску певної групи товарів і має право здійснювати достатньо незалежну політику в питаннях організації своєї виробничої діяльності. Виробництва знаходяться в безпосередньому підпорядкуванні Правління товариства, на одному рівні з виробництвами знаходяться Дирекція з ЗЕД і маркетингу, Дирекція по матеріально-технічному забезпеченню і Структурний підрозділ директора з персоналу і соціальних питань. Виробництва безпосередньо співробітничать з дирекціями – співпраця «по горизонталі».

Виробнича структура завдяки такій її організації є достатньо ефективною: деякі питання вирішуються централізовано, а деякі – децентралізовано, що дозволяє формувати незалежну і в той же час підконтрольну діяльність складових об'єднання ВАТ «Сумське НВО ім. М.В. Фрунзе».

Об'єднання налічує 8 виробництв.

1. Виробництво ГПА (газоперекачуючих агрегатів) і компресорів.
2. Виробництво «Машинобудівник» (виготовлення нестандартного устаткування).
3. Виробництво насосного обладнання.
4. Виробництво УБТ (бурильних труб, що обважнюють) і ВТ (провідних труб).
5. Виробництво хімічного обладнання.

6. Заготівельне виробництво.
7. Ремонтно-будівельне виробництво.
8. СП «Профіль» (виробництво алюмінієвих листів).

Кожне виробництво очолює директор. Виробництва розділені на певну кількість цехів (дільниць), кожний з яких очолює начальник.

На базі існуючого спеціалізованого виробництва з метою підвищення ефективності управління і максимізації прибули було створено дочірнє підприємство «Завод бурильних і провідних обважнених труб».

Підвищення науково-технічного рівня виробництва забезпечують конструкторсько-технологічні підрозділи, розробки яких відповідають рівню досліджень спеціалізованих науково-дослідних установ. Окремі виробництва, завдяки винятковій спеціалізації, мають власні відділи і бюро. Наприклад, існує спеціальне конструкторське бюро (СКБ) хімічного обладнання, СКБ компресорного машинобудування, відділ головного конструктора насосного виробництва (ці підрозділи займаються підготовкою конструкторської документації, проводять виготовлення, випробування і доведення нових зразків техніки, уніфікують вироби, які впускаються підприємством, розробляють умови експлуатації нової техніки і т. ін.).

Обладнання, яке виготовляє ВАТ «Сумське НВО ім. М.В. Фрунзе», постачається підприємствам нафтової, хімічної, харчової, переробної та енергетичної промисловості в Росію, країни СНД, Францію, Великобританію, Австрію, Італію, Німеччину, Індію, Бельгію, Аргентину, Іран, Туреччина та ін.

Серед замовників на компресорні станції – Туркменістан, Казахстан, Іран. Російський ринок є місцем постачання бурильного устаткування. Російські шахти закуповують також водовідкачуючі насоси.

До Китаю поставляється нове спеціальне насосне устаткування для АЕС, до Аргентини і Ірану – потужні газоперекачувальні агрегати, до Австралії – обтяжені бурильні труби, до Болгарії – абсорбційні колони, в США – центрифуги, Німеччину – потужні поршневі компресори надвисокого

тиску. Обладнанням, виробленим на підприємстві, укомплектовані діючі атомні електростанції Росії, Вірменії, Литви, Болгарії, Словаччини, що дає гарантії попиту на запчастини до них, ремонт і сервісне обслуговування, поставку нових агрегатів.

Основними споживачами продукції ВАТ на території СНД є підприємства паливно-енергетичного комплексу, хімічної і нафтохімічної промисловості Росії, Туркменістану, Білорусі, зокрема РАО «Газпром», ГК «Туркменнафта», ГК «Туркменгаз», ВАТ «Сургутнефтегаз», «Роснефть», «Воденергомаш», ВАТ «Укрнафта», «Лісичанській НПЗ», «Лукойл-одесский НПЗ», ГК «Укртрансгаз», Газкомплектімпекс», р. Москва; ВАТ «Газпром»; ТОВ «Центрэнергаз», г. Москва; «Нафтогаз України» і його дочірні підприємства; ВАТ «Маріупольський металургійний комбінат»; ТОВ «Самара-Авіагаз»; НВО «Іскра» та інші.

Близькість підприємства до кордону з Росією є додатковою перевагою, оскільки це дозволяє значно економити при торгівлі з російськими підприємствами.

Товариство реалізує свою продукцію згідно з укладеними договорами, і відвантаження здійснює лише після 100% грошової передоплати. Можливе використання акредитиву. Перевага віддається прямим споживачам продукції.

## **2. Аналіз виробництва та реалізації продукції**

Головним завданням промислових підприємств є виробництво високоякісної продукції для найбільш повного задоволення потреб народного господарства і населення.

Головною метою аналізу виробничої програми, динаміки росту промислової продукції є систематичне сприяння розвитку виробництва, поліпшенню якісних показників праці і продукції шляхом контролю за виконанням підприємствами планових завдань і договірних зобов'язань.

Перед початком аналізу виробничої програми необхідно вивчити можливості і особливості ринку, на який буде постачатись продукція. Потрібно достовірно знати попит на всі види продукції, наявність товарів-конкурентів і замінників, можливості зростання виробництва, наявність джерел сировини, інфраструктуру реалізації та інші умови.

Головним завданням підприємств в умовах ринкової економіки є збільшення випуску продукції.

Обсяг виробництва є вихідним показником /базою/ для розрахунків практично всіх основних і узагальнюючих показників, що використовуються в практиці обліку, планування, аналізу і звітності за різні проміжки часу /місяць, квартал, рік, зміну, годину/. Виходячи з обсягу виробництва, визначається потреба в ресурсах, основних і обігових фондах. На основі обсягу виробництва визначаються як планові, так і звітні показники ефективності використання ресурсів: продуктивність праці, фондівіддача, матеріалівіддача, собівартість, кінцевий результат діяльності підприємства – прибуток. У зв'язку з цим пошук резервів подальшого росту масштабів виробництва має велике значення у справі ефективності виробництва в цілому.

Вплив факторів на обсяг виробництва, залежність між обсягом виробництва, товарною та реалізованою продукцією покажемо на мал. 2.1.

Праця		Засоби праці		Предмети праці	
Продуктивність праці	Кількість працюючих	Фондо – віддача	Розмір основних фондів	Матеріалівіддача	Використано предметів праці
Обсяг (вал.) продукції, робіт, послуг					



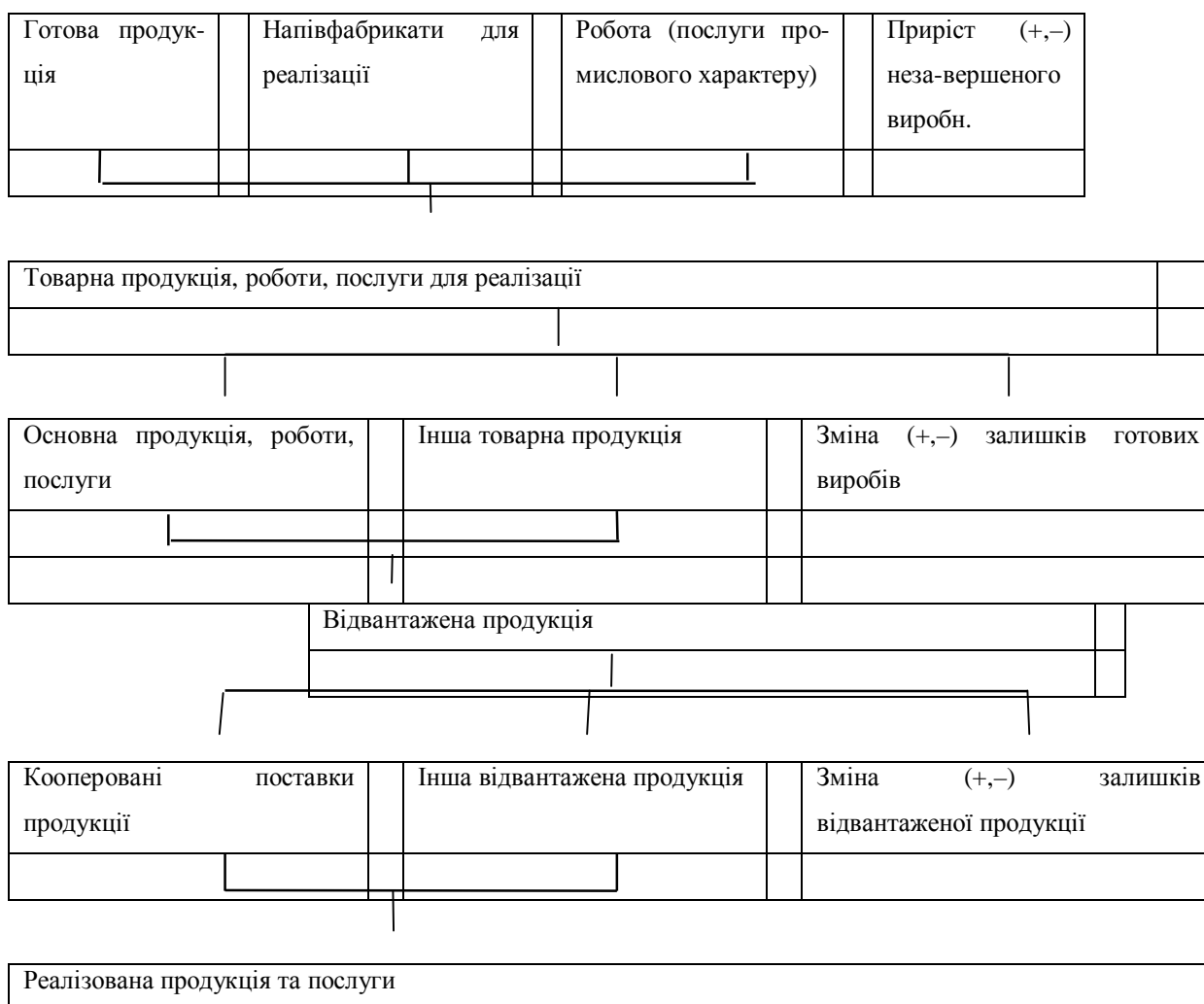


Рис. 2.1. Схема аналізу впливу факторів на випуск та реалізацію продукції

Обсяг продукції /робіт і послуг/ у цінах підприємства включає готові вироби, напівфабрикати, роботи і послуги промислового характеру та інші елементи продукції, призначені для реалізації на сторону, у відповідності до діючої інструкції складання звіту по продукції.

Для вимірювання обсягу продукції застосовуються натуральні /тони, літри, штуки та ін./, вартісні /грошові/ та умовні показники. Найбільш правильно її обсяг відображають натуральні показники. Проте, натуральному виміру підлягає лише однорідна та одноякісна продукція за однакових умов її виробництва /вугільна, нафтова, цукрова промисловість/.

Основним вартісним показником для оцінки роботи підприємств і фірм є обсяг продукції робіт, послуг. З нього виділяють валову, товарну,

нормативно-чисту та реалізовану продукцію. Для визначення ефективності використання ресурсів підприємства використовується обсяг реалізації.

Показники виробничої програми вивчаються в такій послідовності: дається оцінка напруженості і рівня виконання плану, динаміки, складу, асортименту, структури, якості виробленої продукції та причин їх відхилень від попереднього періоду; вивчається ритмічність виробництва і реалізації; виявляється і кількісно вимірюється вплив факторів на зміну обсягу випуску і реалізації продукції, дотримання терміну постачання зі сторони постачальників і асортименту продукції.

Протягом року оцінка виконання планових показників проводиться щоквартально /щомісячно/ наростаючими підсумками з початку року. Порівняння з результатами попереднього року проводиться за відповідний період /квартал, місяць/.

Аналіз вартісних показників випуску продукції проводиться шляхом порівняння /табл. 2.1/.

Таблиця 2.1. Аналіз випуску продукції

№ п/п	Показники	Минулий рік	План	Звіт	Виконання плану	Темпи росту порівняно з минулим роком за за планом звітом	
1.	Продукція реалізована	8250	8330	7956	95,5	100,97	96,4
2.	Товарна продукція	8100	8307	8360	100,64	102,5	103,2
2а.	в т.ч. за цінами підприємства	8100	x	8390	101,0	x	103,6
3.	Нормативна чиста продукція	3500	3873	4030	104,05	110,7	115,1
3а.	в т.ч. прибуток	1100	1373	1429	104,07	124,8	129,9

3б.	Зарплата з відрахуваннями на соцстрах	2400	2500	2601	104,04	104,2	108,4
4.	Матеріальні витрати на виробництво готов. продукції	4600	4434	4330	97,65	96,39	94,13

Аналіз таблиці показує приріст за всіма показниками, крім реалізованої продукції. Це характеризує виробничу діяльність позитивно, тобто є всі передумови для виконання держзамовлення і зобов'язань за договорами зі споживачами. План реалізації продукції не виконано через низьку платоспроможність і дисципліну покупців. Різниця між процентами виконання плану реалізованої і товарної продукції свідчить про збільшення залишків товарної продукції і характеризує роботу підприємства негативно, показує на порушення ритму роботи і наявність організаційно-господарських недоліків.

Різниця між процентами виконання плану товарної продукції за фактичними цінами і за цінами плану свідчить, що зросла доля реалізації вигідних за цінами виробів, або підвищилась якість продукції. Різниця у виконанні плану з нормативно чистої і товарної продукції показує, що зменшилась доля працемісткості продукції. Цей висновок підтверджується швидким зростанням заробітної плати і зменшенням матеріальних витрат.

Після загальної оцінки виконання плану випуску продукції переходимо до аналізу реалізації.

Реалізованою вважається продукція, оплачена покупцями, гроші за яку поступили на розрахунковий рахунок.

Вироблена підприємством продукція реалізується споживачам у відповідності до складених договорів. Реалізація продукції є економічним важелем та інструментом управління, засобом поєднання виробництва та споживання, показником оцінки діяльності підприємства, джерелом

формування фондів економічного стимулювання, найголовнішою умовою забезпечення безперервного процесу відтворення. Жодне суспільство не може безперервно виробляти, тобто відтворювати, не перетворюючи безперервно певної частини свого продукту знов у засоби виробництва, чи елементи нового виробництва.

Вироблена підприємством товарна продукція може бути реалізована покупцям після її упаковки і доставки на станцію відправлення, тому момент випуску продукції не співпадає з моментом її відвантаження, а в силу діючих форм розрахунків, – з моментом оплати. Все це приводить до виникнення складських запасів готової продукції та залишків відвантажених товарів, не оплачених покупцями. Зв'язок між випуском, відвантаженням та реалізацією продукції покажемо на мал. 2.2.

Обсяг реалізованої продукції визначають за формулою:

$$РП = З_1 + ВП - \text{Виб} - З_2,$$

де  $Z_1, Z_2$ , – залишки готової продукції на складі і в дорозі на початку і на кінець періоду;

ВП – випуск продукції за звітний період;

Виб. – інші вибуття продукції.

Обсяг реалізації товарної продукції планується самим підприємством згідно складених договорів і місткості ринку. У порівнянні з валовою і товарною продукцією оцінка діяльності підприємства за реалізованою продукцією має такі переваги: реалізація означає визнану суспільством, споживачами доцільність роботи підприємства, тим самим упереджується виготовлення продукції, яка не має попиту; посилюється контроль за ритмічністю праці підприємства, оскільки випущену та відвантажену за останні дні місяця продукцію покупець не може оплатити у тому ж місяці, що особливо важливо для попередження відхилень від плану; показник реалізації сприяє прискоренню обіговості обігових засобів.

Завданнями аналізу реалізації продукції є визначення обґрунтованості плану; вивчення показників, які характеризують виконання плану; визначення факторів, які впливають на виконання плану; виявлення резервів збільшення реалізації продукції.

Аналіз реалізації продукції розпочинається з перевірки обґрунтованості планового обсягу, ув'язки його з випуском і відвантаженням, завданнями та зобов'язаннями з постачання продукції у відповідності з укладеними договорами, прийнятими до виконання замовленнями.

Оцінка виконання договорів вираховується за формулою:

$$V_d = \frac{R_p - N_p}{R_p} \cdot 100, \text{ де (2.2)}$$

$$V_d = \frac{R_p - N_p}{R_p} \cdot 100, \text{ де (2.2)}$$

$$V_d = \frac{R_p - N_p}{R_p} \cdot 100, \text{ де (2.2)}$$

$V_d$  – виконання договорів в%;

$R_p$  – реалізації планова;

$N_p$  – недовиконання договорів.

Зобов'язання за договорами вважається виконаним в день відвантаження виробів покупцям на залізничній станції або іншому виді транспорту.

Загальна оцінка реалізації продукції проводиться щомісячно і наростаючим підсумком з початку року, методом співставлення фактичних показників з плановими в оптових цінах, прийнятими у плані.

Для визначення впливу факторів на основі бізнес-плану і облікової інформації складаємо таблиця 2.2.

Таблиця 2.2. Розрахунок впливу факторів на реалізацію продукції, тис.

грн.

№ п/п	Показники	План	Звіт	Відхилення від плану	Вплив на реалізацію
1.	Випуск товарної продукції	8307	8360	+ 53	+ 53
2.	Залишки нереалізованої продукції на початок року	410	452	+ 42	+ 42
3.	Залишки нереалізованої продукції на кінець року	387	856	+ 469	- 469
4.	Зміна залишків нереалізованої продукції за рік	- 23	+ 404	+ 427	- 427
5.	Реалізація продукції	8330	7956	- 374	- 374

Таким чином, невиконання плану з реалізації продукції сталося за рахунок перевищення фактичних залишків нереалізованої товарної продукції над плановими на кінець року на 427 тис. грн. Зростання випуску товарної продукції на 53 тис. грн. збільшило реалізацію на 53 тис. грн. На зміну залишків нереалізованої продукції впливають такі фактори: своєчасність укладання договорів на збут продукції, виробленої зверх плану; забезпеченість підприємства транспортними засобами і тарою для відвантаження готової продукції; ритмічність випуску та відвантаження готової продукції; своєчасність оформлення платіжно-розрахункових документів та подання їх до банку; комплектність, якість, асортимент продукції та додержання договірних зобов'язань; зміна цін; платоспроможність покупців та інші причини; потреба та мода.

На наступному етапі аналізу вивчається хід виконання плану виробництва продукції за асортиментом і структурою та його вплив на реалізацію.

*Під асортиментом* розуміють загальний склад усіх груп, видів і різновидностей продукції. Він виражається натуральними /кількість, вага, об'єм та ін./ або вартісними показниками. Розрізняють індивідуальний і груповий, повний і обов'язковий асортименти.

Для оцінки виконання плану з асортименту кладаємо таблиця 2.3.

Таблиця 2.3. Аналіз виконання плану за асортиментом

№ п/п	Найменування продукції	Ціна за одиницю продукції, грн.	План		Звіт		Зараховується до виконання плану асортименту	
			кількість тис. шт.	сума, тис. грн.	кількіст тис. шт.	сума, тис. грн.	кількіст тис. шт.	сума, тис. грн.
1.	Вироби АН	51,38	78,3	4023	82,0	4213	78,3	4023
2.	Вироби МТ	21,02	183,8	3863	182,9	3844	182,9	3844
3.	Вироби МП	10,00	12,4	124	12,0	120	12,0	120
4.	Запчастини до виробів	x	x	141	x	140	x	140
5.	Капремонт бладнання	x	x	17	x	16	x	16
6.	Інша продукція	x	x	139	x	27	x	27
	ВСЬОГО:	x	x	8307	x	8360	x	8170
	Виконання плану	x	x	x	x	100,64	x	98,35

Дані таблиці показують, що загальне виконання плану випуску товарної продукції складає 100,64%, а план з асортименту виконано в цілому по підприємству на 98,35%. Це викликано тим, що не виконано план виробництва виробів МТ, МП, запасних частин, капремонту та іншої продукції.

У практичній роботі підприємств рівні виконання плану з виробництва окремих видів продукції найчастіше не співпадають. Це призводить до порушення планової структури виробництва.

*Виконати план за структурою* означає зберегти передбачену в плані питому вагу виробництва кожного виробу у загальному обсязі.

За даними таблиці 2.4 план за структурою виконано на 98,02%. Основними причинами невиконання плану за асортиментом та порушення планової структури можуть бути: незабезпеченість підприємства робочою силою, основними фондами, матеріальними ресурсами, або погане їх використання у процесі виробництва; невиконання плану введення в

експлуатацію основних фондів та потужностей; невиконання плану підготовки та освоєння виробництва нових видів продукції; зміна попиту та пропозиції на продукцію, що її виробляє підприємство; якість продукції, що виробляється; недоліки внутрішнього заводського планування, організації виробництва, незадовільне управління та інше.

Таблиця 2.4. Аналіз виконання плану за структурою

№ п/п	Найменування продукції	Виробництво продукції у порівнянних цінах, тис. грн.		Фактичний випуск за плановою структурою тис. грн.	Зараховується до виконання плану за структурою, тис. грн.
		план	звіт		
1.	Вироби АН	4023	4213	4048	4048
2.	Вироби МТ	3863	3844	3888	3844
3.	Вироби МП	124	120	125	120
4.	Запчастини до виробів	141	140	142	140
5.	Капремонт обладнання	17	16	17	16
6.	Інша продукція	139	27	140	27
	ВСЬОГО:	8307	8360	8360	8195
	Виконання плану, %	x	100,64	100,64	98,02

Для викриття та вивчення цих причин використовується звітність підприємства, дані оперативного, бухгалтерського та статистичного обліку.

Продукція машинобудування характеризується такими показниками якості: гарантійний безремонтний термін, моторесурс, продуктивність, питома витрата пального, питома матеріало- і енергомісткість, потужність, точність, показники надійності та довговічності, собівартості, працемісткість одиниці виробу, рівень уніфікації, норми міжремонтних періодів і пробігів та іншими показниками, що зафіксовані у технічних умовах на її виготовлення.

Аналіз якості продукції здійснюється за схемою (мал. 2.3).



Аналіз якості продукції та робіт						
Аналіз виконання заходів підвищення якості та оновлення продукції			Аналіз технічного рівня продукції			Аналіз якості продукції та виконаних робіт
	Аналіз категоріями якості продукції		Аналіз експлуатаційних показників якості та конкуренто – здатності продукції			Аналіз рекламаций та браку
	Аналіз оновлення продукції		Аналіз показників технологічності продукції			

Рис. 2.3. Схема аналізу якості продукції

Методика аналізу якості продукції, що має сортність, ілюструється даними таблиці 2.5.

Дані таблиці 2.5 показують, що планова середньозважена ціна одиниці продукції становила 9,6 тис. грн., а фактична – 9,41 тис. грн.

Таблиця 2.5. Аналіз якості продукції цеху

№п п	Сорт- ність виробу	Ціна оди- ни- ці про- дукції, тис. грн за т.	Пере- відний коєфі- цієнт	План			Звіт			Виробництво продукції в перерахунку на вищий сорт, %	
				Кіль- кість, т.	Питома вага, %	Сума, тис. грн.	Кіль- кість, т.	Питома вага, %	Сума, тис. грн.	план	звіт
1	Вищий	10	1,0	170	85	1700	180	75,0	1800	85	75,0
2	Перший	8	0,8	20	10	160	50	20,8	400	8	16,64
3	Другий	6	0,6	10	5	60	10	4,2	60	3	2,52
	Всього	-	-	200	100	1920	240	100	2260	96	94,16

$$10 \cdot 170 + 8 \cdot 20 + 6 \cdot 10 = 1920$$

$$C_{\text{п}} = \frac{1920}{200} = 9,6 \text{ тис. грн.}$$

$$170 + 20 + 10 = 200$$

$$10 \cdot 180 + 8 \cdot 50 + 6 \cdot 10 = 2260$$

$$C_{\text{з}} = \frac{2260}{240} = 9,41 \text{ тис. грн.}$$

$$180 + 50 + 10 = 240$$

9,41

План з сортності продукції виконано на 98,0% / 9,6 • 100/, втрати за рахунок зниження якості на одну тону склали 0,19 тис. грн.

$$/9,41 - 9,6/, \text{ а на всю продукцію} - 45,6 \text{ тис. грн. } /240 \cdot 0,19/.$$

Виробництво продукції у перерахунку на вищий сорт визначається добутком питомої ваги продукції кожного сорту у загальному обсязі продукції на перевідний коефіцієнт. Це склало за планом 96%, за звітом – 94,16%. Таким чином, план з якості виробу виконано на 98,0% /9,41: 9,6 • 100/, що призвело до зменшення обсягу виробництва на 45,6 тис. грн. (9,41 – 9,6) • 240).

Причинами зниження якості продукції виступають: недосконалість технології, невідповідність матеріалів, низька кваліфікація робітників, порушення дисципліни праці, застаріле обладнання.

Показником якості продукції є також наявність браку. На підприємствах розробляються інструкції про порядок оформлення, обліку та списання браку. В них, в залежності від галузевих особливостей технології виробництва, визначається номенклатура видів, причин та винуватців браку.

В процесі аналізу фактичні витрати на брак і втрати від браку порівнюються з плановими і фактичними за ряд минулих періодів в абсолютних сумах і в процентах до виробничої собівартості всього обсягу продукції /валової/, виявляється тенденція зміни браку і визначається його вплив на обсяг випуску продукції. Для цього на підставі облікових даних складається таблиця 2.6.

Таблиця 2.6. Аналіз втрат від браку, тис. грн.

№ п/п	Показники	Минулий рік	Звітний рік	Відхилення /+,-/
1.	Собівартість забракованих виробів, напівфабрикатів	52	81	+ 29
2.	Витрати на виправлення браку	40	46	+ 6
	Всього витрат на брак	92	127	+ 35
3.	Вартість браку за ціною використання	13	16	+ 3
4.	Суми, утримані з осіб-винуватців браку	3	6	+ 3
5.	Суми, утримані з постачальників за претензіями через неякісні матеріали	6	16	+ 10
	Всього повернень і утримань	22	38	+ 16
6.	Втрати від браку	70	89	+ 19
7.	Виробнича собівартість продукції	6210	6409	+199
8.	Питома вага в собівартості продукції, %	1,48	1,98	+ 0,5
	а/ витрат на брак	1,13	1,38	+ 0,25
	б/ втрат від браку			

Із таблиці випливає, що абсолютна сума витрат на брак і втрат від браку, порівнюючи з минулим роком, зросла. Разом з тим, питома вага втрат

від браку у виробничій собівартості товарної продукції підвищилась. Це негативно характеризує роботу керівників підприємства і цеху.

Для розрахунку впливу втрат від браку на обсяг випуску продукції необхідно питому вагу витрат на брак у виробничій собівартості товарної продукції помножити на фактичний випуск товарної продукції в порівнянних цінах.

Наявність втрат від браку призвела до зменшення випуску продукції на 115,4 тис. грн. /8360 • 1,38:100/.

При аналізі вивчаються причини невиконання плану з якості продукції і браку у виробництві. Такими причинами можуть бути: низька якість сировини, матеріалів, комплектуючих виробів, технічна несправність устаткування, низький рівень кваліфікації робітників, недосконалість технології, помилки в технології і кресленнях, порушення технології, незадовільний інструктаж робітників, неритмічність виробництва та інші організаційно-господарські причини. Для аналізу причин зниження якості продукції використовують акти /повідомлення/, відомості на брак, звіти відділу технічного контролю за якістю, звіти майстерні з гарантійного ремонту виробів, рекламаций споживачів, матеріали виробничих нарад, активів, зборів з якості, стінної та багатотиражної преси.

Детальне вивчення причин та винуватців низької якості продукції дадуть можливість відпрацювати заходи для її підвищення.

### **3. Аналіз прибутку і рентабельності підприємства**

Аналіз прибутку необхідно починати з визначення рівня виконання плану прибутку підприємством в цілому і за складовими його елементами в порівнянні з планом і з минулим роком, а далі слід вивчити структуру одержаного прибутку, його джерела, вплив різних факторів та складових частин на відхилення його від плану. Закінчуючи аналіз, необхідно підрахувати втрати від безгосподарності, визначити їх причини, виявити

резерви та невикористані можливості, за рахунок яких будуть поліпшені фінансові показники та збільшені грошові надходження підприємства.

Для оцінки виконання плану прибутку складаємо таблицю 3.1.

Таблиця 3.1. Аналіз балансового прибутку за складовими елементами, тис. грн.

№ п/п	Показники	Минулий рік	План	Звіт	Відхилення від плану	
					в тис. грн.	в% до планового балансового прибутку
1.	Прибуток від реалізації товарної продукції	1462	1402	1460	58	4,08
2.	Прибуток від іншої реалізації	62	20	61	41	2,88
3.	Позареалізаційний прибуток	13	X	32	+32	2,25
4.	Позареалізаційний збиток	56	X	30	-30	-2,11
5.	Балансовий прибуток	1481	1422	1523	101	7,10

Дані таблиці 3.1 свідчать, що план прибутку перевиконаний на 101 тис. грн., або на 7,10%. Перевиконання плану прибутку викликане такими причинами: перевиконання плану прибутку від реалізації товарної продукції та іншої реалізації і позареалізаційними прибутками, а зменшення – позареалізаційними збитками.

Аналіз виконання плану прибутку від іншої реалізації проводиться з врахуванням таких особливостей. Прибуток від іншої реалізації являє собою різницю між обсягом реалізації і вартістю реалізованої продукції, яка була виготовлена з відступом від стандартів та технологічних умов; продукції, послуг непромислового господарства; куплених, а потім проданих виробів і товарів; наднормативних і зайвих матеріалів та інших матеріальних цінностей.

При аналізі причин зміни прибутку від іншої реалізації у звітному році в порівнянні з даними попереднього року і плану необхідно звернути увагу на послуги непромислового характеру, наднормативні і зайві матеріальні цінності. На підприємстві за два останні роки мала місце реалізація інших

матеріальних цінностей. У звітному році підприємство реалізувало інших матеріальних цінностей на суму 19 тис. грн., а у попередньому – 21 тис. грн. Однак, підприємство від цієї реалізації не одержало прибутку і не мало збитків. Для аналізу прибутку від іншої реалізації складаємо таблицю 3.2.

Таблиця 3.2. Інша реалізація, тис. грн.

№ п/п	Вид реалізації	Прибуток +/+, Збиток -/-	
		за планом	фактично
1.	Продукція підсобного сільського господарства	+4	-
2.	Послуги непромислового характеру	+13	+55
3.	Покупні вироби і товари	+16	+19
4.	Зайві матеріальні цінності	-13	-13
5.	Інші матеріальні цінності	-	-
	Усього	20	61

Дані таблиці 3.2 свідчать, що план прибутку з іншої реалізації перевиконаний. Послуги непромислового характеру дали більше прибутку, ніж було заплановано, але поряд з цим, допущені збитки від реалізації зайвих матеріальних цінностей на 13 тис. грн.

Позареалізаційні фінансові результати складаються із різних доходів і видатків підприємства, які безпосередньо відображаються на рахунку «Прибутки і видатки».

При аналізі позареалізаційних результатів необхідно ретельно оцінити кожну статтю прибутків і збитків.

До складу доходів від позареалізаційних операцій входять: доходи, які одержані від участі у спільних підприємствах, від здачі майна в оренду, дивіденди, проценти з акцій, облігацій та інших цінних паперів, які належать підприємству, а також інші доходи, пов'язані з нематеріальними активами, гудвілом, винагороди, кредитні операції, орендні /лізингові/ операції, посередницькі операції, надходження від раніше списаних безнадійних

боргів, одержані штрафи, пені, неустойки, перевищення знижок з тарифу над надбавками до тарифу на електроенергію за коефіцієнт потужності електроустановок, доход минулих років, виявлений у звітному році, доход по операціях з тарою та інші доходи.

У позареалізаційний прибуток входять доходи від експлуатації житлово-комунального господарства. Збитки від цієї діяльності списуються за рахунок прибутку від промислової діяльності підприємства у порядку її розподілу.

Порівнянням окремих статей у динаміці за ряд років визначаємо: чи змінюється фінансове становище і договірна дисципліна, чи поліпшується бухгалтерський облік та аналіз на підприємстві. Наприклад, одержання позареалізаційного прибутку за статтею «Надходження від списаних безнадійних боргів» або «Прибуток минулих років, виявлений у звітному році» часто свідчить про наявні недоліки в бухгалтерському обліку за минулі роки.

Серед усіх складових елементів прибутку найбільшу питому вагу займає прибуток від реалізації товарної продукції. Цей прибуток визначається як різниця між вартістю реалізованої товарної продукції за оптовими цінами підприємства /без податку на добавлену вартість, акцизних зборів/ та її собівартістю.

Аналіз прибутку від реалізації товарної продукції починається з перевірки балансу товарної продукції і загальної оцінки впливу на виконання плану прибутку таких факторів: зміни прибутку в залишках товарної продукції на початок і кінець року та у виробленій продукції.

Таблиця 3.3. Баланс товарної продукції, тис. грн.

Показники	План			Звіт			Відхилення фактичного прибутку від планового
	повна собівартість товарної продукції	товарна продукція за оптовими цінами	прибуток	повна собівартість товарної продукції	товарна продукція за оптовими цінами	прибуток	
1. Залишки товарної продукції на початок року	320	410	90	362	452	90	-
2 Випуск товарної продукції за звітний рік	6934	8307	1373	6931	8360	1429	+56
3. Залишки товарної продукції на кінець року	326	387	61	797	856	59	-2
4. Реалізація продукції за звітний рік	6928	8330	1402	6496	7956	1460	58

Аналіз таблиці 3.3 показує, що план прибутку від випуску товарної продукції перевиконаний на 56 тис. грн., або на 4,08%  $/56 * 100:1373/$ , а від реалізації – на 58 тис. грн., або на 4,13%  $/58 * 100:1402/$ . Зменшення прибутку в залишках товарної продукції на кінець року призвело до збільшення прибутку від реалізації на 2 тис. грн. Однією з умов такого становища може бути наявність в залишках низькорентабельної продукції, замість передбаченої у розрахунках, високорентабельної. Безпосередньо на підприємствах необхідно з'ясувати, які конкретні вироби і за яких умов не реалізовані у звітному періоді.

В ході аналізу на самому підприємстві треба ознайомитись з номенклатурою тієї продукції, яка залишилась на складі, з метою виявлення



виробів, що не користуються попитом, або збут яких обмежений. При наявності таких виробів треба перевірити, чи не передбачений їх випуск у наступному періоді, маючи на увазі вирішення питання про зняття з виробництва цих виробів або скорочення випуску до розмірів, забезпечених збутом.

Підрахунок резервів збільшення прибутку від реалізації товарної продукції проводиться за схемою (мал. 3.1).



Рис. 3.1. Схема підрахунку резервів збільшення прибутку від реалізації продукції.

Виконання плану прибутку від реалізації товарної продукції аналізується за обліковими даними підприємства /табл. 3.4/.

Таблиця 3.4. Реалізація продукції, тис. грн.

Показники	План	За планом на фактично реалізовану продукцію	Звіт
Виробнича собівартість	6833	6364	6402
Позавиробничі витрати	95	92	94
Разом: повна собівартість	6928	6456	6496
Податок на добавлену вартість	1253	1204	1242
Виручка від реалізації: усього	9583	9029	9198
Результат:			
п прибуток	1402	1369	1460
п збиток	-	-	-

Аналіз виконання плану прибутку від реалізації продукції починається з визначення загального відхилення фактичного прибутку від планового. У наведеному прикладі надплановий прибуток від реалізації продукції склав 58 тис. грн. /1460 – 1402/.

Відхилення фактичного прибутку від планового викликане змінами обсягу реалізації, виробничої собівартості, позавиробничих витрат, структури та асортименту продукції, оптових цін на продукцію.

1. Вплив зміни обсягу реалізації визначається множенням планової суми прибутку від реалізації товарної продукції на процент пере-/недо-/виконання плану обсягу реалізації.

Процент виконання плану реалізації у порівнянних оптових цінах підприємства складає  $93,94\% / (9029 - 1204) : (9583 - 1253) \cdot 100\%$ . Тобто, за рахунок недовиконання плану реалізації продукції прибуток зменшився на 84,96 тис. грн.  $/1402 \cdot (93,94 - 100) : 100\%$ .

2. Вплив зміни структури та асортименту реалізованої продукції визначається зіставленням планового прибутку, перерахованого на фактичний обсяг та асортимент продукції /1369 тис. грн./ з плановим прибутком, помноженим на фактичний обсяг реалізації:  $1369 - /1402 \cdot 93,94 : 100/ = 1369 - 1317,04 = 51,96$  /тис. грн./.

Таким чином, за рахунок структурних зрушень у складі реалізованої продукції прибуток збільшився на 51,96 тис. грн.

3. Вплив зміни виробничої собівартості на прибуток знаходимо зіставленням фактичної собівартості з плановою того ж обсягу продукції. Таким чином, зростання виробничої собівартості на 38 тис. грн. /6402 – 6364/ зменшує прибуток на таку ж суму.

4. Вплив позавиробничих витрат на зміну прибутку визначаємо зіставленням фактичної суми з плановою фактичного обсягу. Збільшення позавиробничих витрат призвело до зменшення прибутку на 2 тис. грн. /94 – 92/. Таким чином, зростання собівартості і позавиробничих витрат призвело

до зменшення прибутку на 40 тис. грн. Це негативно характеризує роботу підприємства.

5. Вплив зміни оптових цін визначається зіставленням фактично одержаної виручки, зменшеної на суму податків на добавлену вартість, акцизів та інших платежів в бюджет, з виручкою за ту ж продукцію, розраховану за оптовими цінами підприємства, прийнятими в плані.

Вартість реалізованої продукції у фактичних оптових цінах підприємства може відрізнятися від виручки в оптових цінах підприємства, прийнятих у плані, при зміні цін за рішенням керівництва підприємства або відповідних організацій /Держкомцін України/, або в результаті зміни якості продукції.

У нашому прикладі, за рахунок зміни цін на продукцію, що реалізована підприємством, прибуток підвищився на 131 тис. грн.  $/(9198 - 1242) - (9029 - 1204)/$ . Це не є заслугою підприємства. Це результат підвищення цін керівниками підприємства з метою покрити свою безгосподарність за рахунок покупців.

Вірність виконаного аналізу необхідно перевірити зіставленням балансу факторів, алгебраїчна сума впливу яких повинна дорівнювати надплановому прибутку. В нашому прикладі вона складала:  $-84,96 + 51,96 + (-38) + (-2) + 131 = 1460 - 1402 = 58$ . Таким чином, розрахунки вірні.

Прибуток є головним джерелом розширеного відтворення, вирішально впливає на фінансовий стан, а тому служить важливим показником при характеристиці ресурсів, якими володіє підприємство. Однак, ця абсолютна величина повністю ще не характеризує результативність господарсько-фінансової діяльності, бо підприємства мають різні розміри, які впливають на масу прибутку. Для такої характеристики масу одержаного прибутку доцільно співставити з вартістю тих елементів виробництва, які сприяли його створенню. Цей відносний показник називають рентабельністю. Величина рентабельності в значній мірі відображає рівень використання ресурсів. Достатній рівень рентабельності є гарантом майбутніх успіхів. Тому

економічний аналіз рівня рентабельності і причин її зміни має важливе значення для виявлення резервів підвищення ефективності роботи підприємства.

Рентабельність характеризує рівень віддачі витрат та використання засобів виробництва. Вона вимірюється в процентах.

Таблиця 3.5. Розрахунок впливу факторів на рентабельність

Елементи розрахунку	План	Підставки		Звіт
		I	II	
Середньорічна вартість виробничих основних фондів	3457	3457	3490	3490
Сума власних оборотних засобів	2153	2153	2153	2286
Балансовий прибуток	1422	1523	1523	1523
Рентабельність, %	25,34	27,15	27	26,37

З таблиці 3.5 видно, якщо брати незмінними суми обігових коштів і прибутку, то за рахунок зміни залишків виробничих основних фондів загальна рентабельність знизилась з 27,15 до 27,0%, тобто, на 0,15 пункту. За рахунок збільшення власних обігових коштів рентабельність скоротилась на 0,63 пункту. Понадплановий балансовий прибуток збільшив рентабельність з 25,34 до 27,15%, або на 1,81 пункту. В цілому зростання рентабельності складає 1,03 пункту  $/26,37 - 25,34 = -0,15 - 0,63 + 1,81 = 1,03/$ .

Таблиця 3.6. Розрахунок рентабельності продукції

Елементи розрахунку	План	Звіт	Відхилення від плану
Обсяг продукції в оптових цінах підприємств, прийнятих у плані, тис. грн.	8307	8360	+53
Собівартість продукції, тис. грн.	6934	6931	- 3
Прибуток, тис. грн.	1373	1429	+56
Рентабельність, %	19,80	20,62	+ 0,82

Рентабельність продукції підвищилась на 0,82 пункти.

Для виявлення впливу факторів на зміну рентабельності продукції використаємо прийом ланцюгових підставок. Попередньо вирахуємо умовну величину /підставку/ рентабельності продукції при фактичному прибутку і плановій собівартості:  $1429: 6934 \cdot 100 = 20,60\%$ . Відхилення на 0,82% фактичної рентабельності від планової відбулось за рахунок:

збільшення прибутку:  $20,60 - 19,80 = +0,80$ ;

зниження собівартості продукції:  $20,62 - 20,60 = +0,02$ .

Різниця в рівнях рентабельності товарної і реалізованої продукції виникає за рахунок перехідних залишків готової продукції і товарів відвантажених, у склад яких входить як більш, так і менш рентабельна продукція.

Рентабельність окремих видів продукції залежить від ціни та собівартості. Вплив цих факторів легко уявити за формулою розрахунку індивідуальної рентабельності /табл. 3.7/.

$$P = \frac{C - C_0}{C_0} \cdot 100 \quad (3.1)$$

Таблиця 3.7. Розрахунок рентабельності продукції

Показники	За попередній період	Звіт	Відхилення
Ціна одиниці продукції, грн.	21,60	20,70	- 0,9
Повна собівартість, грн.	16,10	15,65	- 0,45
Рентабельність, %	34,16	32,27	- 1,89

Як бачимо, рентабельність даної продукції у порівнянні з попереднім періодом знизилась на 1,89 процентних пункти. Вплив справило зниження цін і зниження собівартості. Для виявлення кількісного впливу кожного фактора на кінцевий результат потрібно вирахувати умовний показник рентабельності при базисній собівартості та звітній ціні:  $(20,70 - 16,10) / 16,10 \cdot 100 = 28,57\%$ . Отже, зміна ціни спричинила зниження рентабельності

на  $28,57 - 34,16 = -5,59$  процентних пункти, а зниження собівартості збільшило рентабельність на  $32,27 - 28,57 = +3,70$  процентних пункти.

#### **4. Шляхи поліпшення аналізуємих показників**

Закінчуючи аналіз, необхідно підрахувати резерви збільшення прибутку за рахунок збільшення випуску /реалізації/ продукції, зниження її собівартості, зміни цін на готову продукцію і за рахунок поліпшення якості продукції, усунення витрат, пов'язаних з браком, зміни прибутку /збитку/ від іншої реалізації та позареалізаційних операцій.

На величину прибутку і рентабельності впливає багато факторів, які діляться на зовнішні та внутрішні. Зовнішні – не залежні від зусиль колективу підприємства /зміна ціни на покупні матеріали, на продукцію, тарифів на перевезення, норм амортизації та ін./. Ці заходи в загальнодержавному масштабі впливають на узагальнюючі показники виробничо-господарської діяльності. Внутрішні – це фактори, які пов'язані з виробничою діяльністю підприємства.

На величину прибутку впливає обсяг продукції, її якість, асортимент, рівень собівартості, штрафи, пені, недоїмки та інші фактори. Основна маса прибутку підприємства – це різниця між виручкою від реалізації продукції та витратами на її виробництво та реалізацію. Тому кількісні та якісні досягнення підприємства, рівень використання ним матеріальних, трудових та інших ресурсів відображаються у розмірі одержаного прибутку.

При підрахунках резервів збільшення прибутку необхідно, насамперед, визначити можливе його зростання за рахунок виявлених раніше резервів збільшення обсягу реалізації, покращення якості та зниження собівартості продукції.

Щоб виміряти резерви збільшення прибутку, необхідно суму резервів зростання обсягу реалізації помножити на середній процент рентабельності реалізованої продукції за планом.

Резервом збільшення прибутку є також усунення причин, які викликали збитки від іншої реалізації та позареалізаційні збитки.

Таблиця 4.1 Фактори зміни рентабельності

Елементи розрахунку	План, тис. грн.	Звіт, тис. грн.	Зміна	
			прибутку, тис. грн.	рентабельності, тис. грн.
Зміна суми балансового прибутку	1422	1523	+101	+1,81
У т.ч. за рахунок зміни:				
– обсягу реалізації	-	-	-84,96	-1,51
– собівартості реалізованої продукції	-	-	-40,0	-0,71
– структури реалізованої продукції	-	-	+51,96	+0,93
– оптових цін на продукцію	-	-	+131,0	+2,34
– прибутків від іншої реалізації	-	-	+54,0	+0,96
– збитків від іншої реалізації	-	-	-13,0	-0,23
– позареалізаційних доходів	-	-	+32,0	+0,57
– позареалізаційних збитків	-	-	-30,0	-0,53
2. Резерви збільшення обсягу реалізації /1422,7 • 16,83/:100,0			-239,4	-4,26
3. Зменшення сум рентних платежів	146	196	+50	-0,89
4. Зміна суми процентів за кредит	689	1256	+567	-10,1

Знаючи вартість виробничих фондів (5610 тис. грн.) і зміну прибутку, зведемо у табл. 4.2. фактори, що вплинули на відхилення фактичної рентабельності від планової. Це допоможе прийняти відповідні заходи для мобілізації резервів подальшого зростання рентабельності /табл. 4.2/. В нашому господарстві до таких факторів відносяться:

Таблиця 4.2. Резерви зростання прибутку та рентабельності

№ п/п	Резерви	Зростання	
		прибутку, тис. грн.	рентабельності, в%
1.	За рахунок збільшення обсягу реалізації продукції	239,4	4,26
2.	Збільшення прибутку від іншої реалізації	13	0,23
3.	Зменшення позареалізаційних збитків	30	0,53

4.	Зменшення залишків виробничих основних фондів	-	0,15
5.	Зменшення залишків власних оборотних засобів	-	0,63
6.	Зниження собівартості товарної продукції	40	0,71
7.	Зменшення рентної плати	50	0,89
8.	Зменшення плати за кредит	567	10,10
	Загальна зміна	939,4	17,50

Дані таблиці 4.2 свідчать, що підприємство мало резерви зростання прибутку на 939,4 тис. грн., або на 66,06% і зростання рентабельності на 17,50%. Це дуже великі резерви. Серед цих резервів 57,71% складає плата за кредит.

Розглядаючи формулу розрахунку рентабельності у відриві від комплексу показників, можна прийти до помилкового висновку, що всяке збільшення виробничих фондів негативно впливає на рентабельність. В дійсності, збільшення фондів повинно привести до збільшення обсягу реалізації і прибутку, а отже, і рентабельності.

Таким чином, шляхи збільшення рентабельності полягають в кращому використанні наявних виробничих основних фондів /ВОФ/, прискоренні обігу оборотних коштів, збільшенні фондівіддачі і обсягу виробництва продукції, необхідної народному господарству.

Підприємства випускають багато видів продукції, тому вони завжди бажають збільшити питому вагу тих виробів, які дають більший прибуток. Проте, довести свою виробничу програму лише до одного найбільш дохідного виду продукції неможливо через вплив різних причин.

Для аналізу структури продукції доцільно використати маржинальний дохід з врахуванням структури реалізації продукції. На підставі облікових даних одержана така інформація (табл. 4.3).



Таблиця 4.3. Аналіз структури продукції

Види продукції	Оптова ціна, грн.	Змінні витрати на одиницю продукції, грн.	Питома вага продукції відповідного виду у загальному випуску, %		Питома вага маржинального доходу в реалізованій продукції	
			перший варіант	другий варіант	перший варіант	другий варіант
А	63	34,4	26,8	29	0,121	0,132
Б	68	37	33,4	40	0,152	0,182
В	64	39	16,2	11,5	0,063	0,043
Г	94	54	23,6	20	0,100	0,085
РАЗОМ	-	-	100	100	0,436	0,442

Постійні витрати для першого варіанта складають 2200 тис. грн., для другого – 2250, виручка від реалізації для першого варіанта – 8100 тис. грн., для другого – 8360 тис. грн.

Розрахунок середньої величини питомої ваги маржинального доходу із врахуванням структури продукції проведемо за формулою:

$$Q = (Ц - ЗВ) : Ц \cdot У, \quad (4.1)$$

де  $Q$  – середня величина маржинального доходу:

$Ц$  – ціна одиниці продукції, грн.;

$ЗВ$  – змінні витрати в одиниці продукції, грн.;

$С$  – питома вага виробу у загальному випуску, %;

Результати розрахунків приведені у табл. 4.3.

Прибуток визначимо за формулою:

$$П = ВР \cdot Q - ПВ \quad (4.2)$$

де  $П$  – прибуток;

$ВР$  – виручка від реалізації;

$ПВ$  – постійні витрати.

За першим варіантом:

$$\Pi = (8100 \cdot 0,436) - 2200 = 3532 - 2200 = 1332 \text{ тис. грн.}$$

за другим варіантом:

$$\Pi = (8360 \cdot 0,442) - 2250 = 3695 - 2250 = 1445 \text{ тис. грн.}$$

за другим варіантом при першій структурі:

$$\Pi = (8360 \cdot 0,436) - 2250 = 3645 - 2250 = 1395 \text{ тис. грн.}$$

За другим варіантом підприємство одержить прибутку на 50 тис. грн. більше, тому цьому варіанту необхідно віддати перевагу.

Керівникам підприємства надійшла додаткова заявка на випуск 600 шт. виробу Д. Якщо потужності обладнання використовуються повністю, тоді для виконання заявки необхідно зменшити випуск інших виробів, наприклад виробу В, який входить у виробничу програму. Вироби Д і В характеризуються такими даними: ціна одного виробу 73 і 64 грн., змінні витрати на один виріб 45 і 39 грн., маржинальний дохід на один виріб 28 і 25, собівартість – 58 і 52 грн., для виготовлення одного виробу необхідно 10 і 12 хвилин.

Перед зміною виробничої програми необхідно вирішити такі питання:

- 1) чи збільшиться прибуток підприємства;
- 2) на скільки одиниць необхідно скоротити випуск виробу В, щоб прийняти заявку на виготовлення виробу Д;
- 3) якою має бути нижня межа ціни виробу Д.

Врахуємо час, необхідний для виготовлення 600 шт. виробу Д:

$$10 \cdot 600 = 6000 \text{ хв.}$$

За цей час випуск виробу В зменшиться на:

$$6000 : 12 = 500 \text{ шт.}$$

Порівняємо вихідні дані і одержані результати: обсяг виробництва 600 і 500 штук, сума маржинального доходу  $16800 = 600 \cdot 28$  і  $12500 = 500 \cdot 25$  грн., чистого прибутку –  $9000 = 600 \cdot (73 - 58)$  і  $6000 = 500 \cdot (64 - 52)$  грн.

Розрахунки показують, що взяття додаткової заявки на виготовлення виробу Д вигідне для підприємства, бо воно додатково одержить 9000 грн. прибутку, а втратить 6000.

Нижня межа ціни дорівнює сумі змінних витрат додаткового виробу плюс норма (ставка) маржинального доходу замінюваного виробу помножена на співвідношення часу їх виробництва:

$$Ц = 45 + 25 \cdot 10 : 12 = 65,83 \text{ грн.}$$

Така ціна забезпечить одержання попереднього прибутку. Контрактна ціна вища за розрахункову, тому взяття заявки збільшить прибуток на 4302 грн.  $(73 - 65,83) \cdot 600$ /. Зміна структури виробництва вигідна для підприємства.

## Висновок

За умов ринкових перетворень надзвичайно важливо мати об'єктивну і стислу аналітичну інформацію про підприємство, яка б задовольнила всіх її користувачів – як зовнішніх, так і внутрішніх. Насамперед це стосується аналітичної інформації про фінансовий стан підприємства, його платоспроможність. Така інформація використовується як власниками підприємств для підвищення дохідності капіталу, забезпечення стабільної роботи підприємницьких структур, так і кредиторами та потенційними інвесторами для мінімізації ризику за позиками і внесками. Вона має свідчити про конкурентоспроможність підприємства, його потенційні можливості.

Головними задачами аналізу виробництва і реалізації продукції є:

перевірка напруженості планових завдань;

оцінка виконання плану і зміни в об'ємі реалізації, складу та якості продукції;

встановлення причин відходження від плану і змін по відходженню до попереднього періоду

виявлення резервів подальшого росту реалізації продукції, покращення її складу та якості.

Контролюється виконання плану через вартісний показник по натурально-речовому складу продукції, оскільки у виконання плану реалізації зараховується фактично реалізована продукція в межах запланованої суми лише при умові, що план постачання виконано повністю всіма без винятку покупцями у відповідності з договірними умовами по відношенню до кількості, асортименту, якості виробу.

Для підприємства дуже важливо проводити аналіз реалізованої продукції, аналізувати виконання плану по реалізації та інші плани, щоб виявити недоліки і усувати їх, поки вони не призвели до негативних результатів.

Загальний аналіз господарської діяльності підприємства показує, що в порівнянні з попереднім роком план прибутку перевиконаний на 101 тис. грн., або на 7,10%, підприємство збільшило свій прибуток від реалізації на 4,08.

Прибуток, що відображено в балансі зріс, але його ріст «пригальмувало» збільшення собівартості продукції на 199 тис. грн. Сприятливо ж позначилося збільшення прибутку від реалізації продукції.

План по одержанню прибутку від реалізації міг бути перевиконаний у більшому процентному відношенні, якби не значне зниження показника прибутку по залишках нереалізованої продукції, що пов'язано з великим зниженням рівня оптових цін і збільшенням собівартості.

## Список використаної літератури

1. Баканов М.И., Шеремет А.Д. «Теория экономического анализа: учебник». – М.: Финансы и статистика, 1996г. – 288с.
2. Бандурака О.М., Коробов Н.Л., Орлов П. /., Петрова К.Л. Фінансова діяльність підприємств: Підручник. – К.: Либідь, 1998.
3. Бланк Й.А. Управление прибылью. – К.: Ника-Центр, Зльга, 1999.
4. Белявский Л.К., Рязов Н.Н., Рязов Д.Н. Статистика: Учебник. – 2-е изд.-М.:Финансы и статистика, 1989.
5. Бланк И.А. Управление предприятиями: Учебник.-М.:ЭКМОС, 1997.
6. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа – М.: Финансы и статистика, 1993.
7. Бандурка О.М., Коробов М.Я. та ін. Фінансова діяльність підприємства – К.: ЛИБІДЬ, 1998.
8. Білик М. Державні підприємства як об'єкт фінансового управління в умовах переходу до ринкової економіки // Український журнал «Економіст» – 1999. №1.
9. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента – К.: НИКА-ЦЕНТР, 1999.
10. Бріхем Є. Основы фінансового менеджменту – К.: Молодь, 1994.
11. Візіло А. Два метри кордону // Галицькі контракти – 1999. №18.
12. Вітлінський В.В., Наконечний С.І. Ризик у менеджменті – К.: ТОВ «БОРИСФЕН-М», 1996.
13. Ковалев В.В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности – М.: Финансы и статистика, 1996.
14. Коласс Б. Управление финансовой деятельностью предприятия: проблемы, концепции и методы – М.: Финансы, 1997.
15. Криворучко М.І., Петровський В.В. Облік та аналіз фінансових активів – К.: «Феникс», 1997.
16. Мельник В.А. Ринок цінних паперів – К.: «А.Л.Д.» та «ВІРА-Р», 1998.

17. Національні стандарти бухгалтерського обліку // Все про бухгалтерський облік – 2001. №37.
18. Родионова В.М., Федотова М.А. Финансовая устойчивость предприятия в условиях инфляции – М.: Финансы и статистика, 1993.
19. Фінанси підприємств за редакцією кандидата економічних наук, професора А.М. Поддєрьогіна. – Київ, 2000
20. Царенко О.М. Економічний аналіз діяльності підприємств агропромислового комплексу: Навч. посібник.-К.: Вища школа, 1998.
21. Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С. «Методика финансового анализа» – М.: ИНФРА – М, 1996г. – 176с.