

Тема 6. Аналіз виробництва та реалізації продукції

1. Значення, завдання, інформаційне забезпечення аналізу виробництва та реалізації продукції

2. Аналіз обсягів і структури виробництва продукції

3. Аналіз якості продукції

4. Аналіз ритмічності виробництва та реалізації продукції.

1. Значення, завдання, інформаційне забезпечення аналізу виробництва та реалізації продукції

Характеристика процесу виробництва

Процес виробництва – це сукупність взаємопов'язаних процесів праці і природних процесів, в результаті яких відбувається перероблення продуктів природи, сировини та матеріалів у предмети споживання і засоби виробництва. Процес виробництва на підприємстві складається із основних, допоміжних і обслуговуючих процесів.

Основний процес – це процес безпосереднього виробництва продукції.

Допоміжні процеси – це процеси забезпечення основного виробництва ресурсами, проведення ремонтів устаткування, тощо.

Обслуговуючі процеси – це процеси, що обслуговують основні і допоміжні процеси (складські, транспортні операції тощо).

Позитивним результатом виробничого процесу є готова продукція, напівфабрикати і незавершене виробництво, внаслідок використання яких підприємство одержують значні економічні вигоди.

Готова продукція – продукція, що виготовлена на підприємстві, і призначена для продажу і відповідає технічним та якісним характеристикам, передбаченим договором або іншим нормативно-правовим актом.

Напівфабрикати – це продукція, що підлягає подальшій обробці або використовується як складова частина іншого складнішого виду продукції. Напівфабрикат одночасно є предметом праці та продуктом праці.

Незавершене виробництво – це не закінчені обробкою і складанням деталі, вузли, вироби та незакінчені технологічні процеси.

При напівфабрикатному способі виробництва, якщо продукція не пройшла всіх установлених технологічним процесом стадій виробництва, утворюються напівфабрикати, які можуть бути реалізовані споживачам, і незавершене виробництво; а при безнапівфабрикатному способі – тільки незавершене виробництво.

Відходи зазвичай виникають внаслідок недоліків технологічного процесу, їх використання неможливо без додаткової обробки або потребують додаткових витрат на утилізацію, тому економічні вигоди від їх використання практично відсутні.

Характеристика процесу реалізації

Під процесом реалізації розуміють сукупність операцій по продажу готової продукції споживачам. Продукція реалізується за відпускними (продажними) цінами.

Ціни на продукцію встановлюються з таким розрахунком, щоб підприємство не тільки відшкодувало затрати на виробництво продукції і її реалізацію, а й одержало прибуток, необхідний для сплати податку з прибутку та інших обов'язкових платежів до бюджету і розширення власного виробництва

Реалізацією завершується процес кругообігу засобів, чим забезпечується можливість відтворення виробничих запасів і самого процесу виробництва, здійснення розрахунків підприємства за своїми зобов'язаннями (перед бюджетом, працівниками по оплаті праці, постачальниками та іншими господарюючими суб'єктами), а також виявляється фінансовий результат від реалізації.

Загальна схема обліку процесу реалізації

1. Відображення доходу (виручки) від реалізації готової продукції;
2. Нарахування ПДВ на виручку від реалізації готової продукції
3. Списання виробничої собівартості реалізованої продукції;
4. Відображення витрат, пов'язаних із збутом готової продукції (реклама, транспортні витрати, зарплата працівників відділу збуту);
5. Списання чистого доходу від реалізації на фінансові результати;
6. Списання собівартості реалізованої продукції на фінансові результати;
7. Списання витрат на збут на фінансові результати;
- 8 а. Визначення фінансового результату до оподаткування, і в разі перевищення доходів над витратами нарахування податку на прибуток і відображення нерозподіленого прибутку;
- 8б. В разі перевищення витрат над доходами відображення непокритого збитку

Метою аналізу виробництва та реалізації продукції є знаходження шляхів збільшення обсягів виробництва та реалізації продукції порівняно з конкурентами, розширення частки ринку при максимальному використанні виробничих потужностей і, як результат, збільшення прибутку підприємства. Основне завдання комплексного аналізу виробництва та реалізації продукції – аналіз конкурентних позицій підприємства та його здатності до швидкого маневрування ресурсами при зміні кон'юнктури ринку.

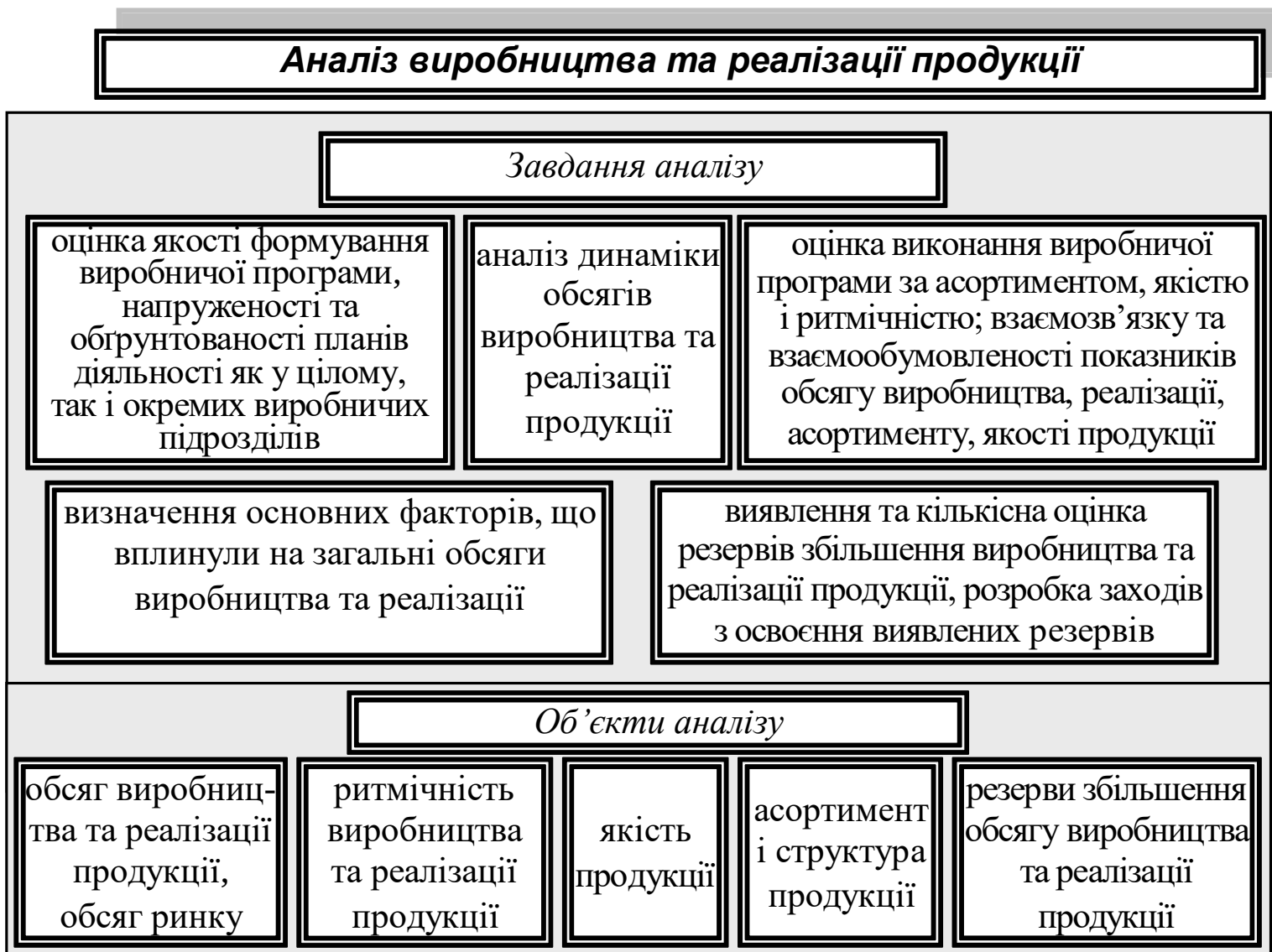


Рис. 1. Завдання та об'єкти аналізу виробництва та реалізації продукції

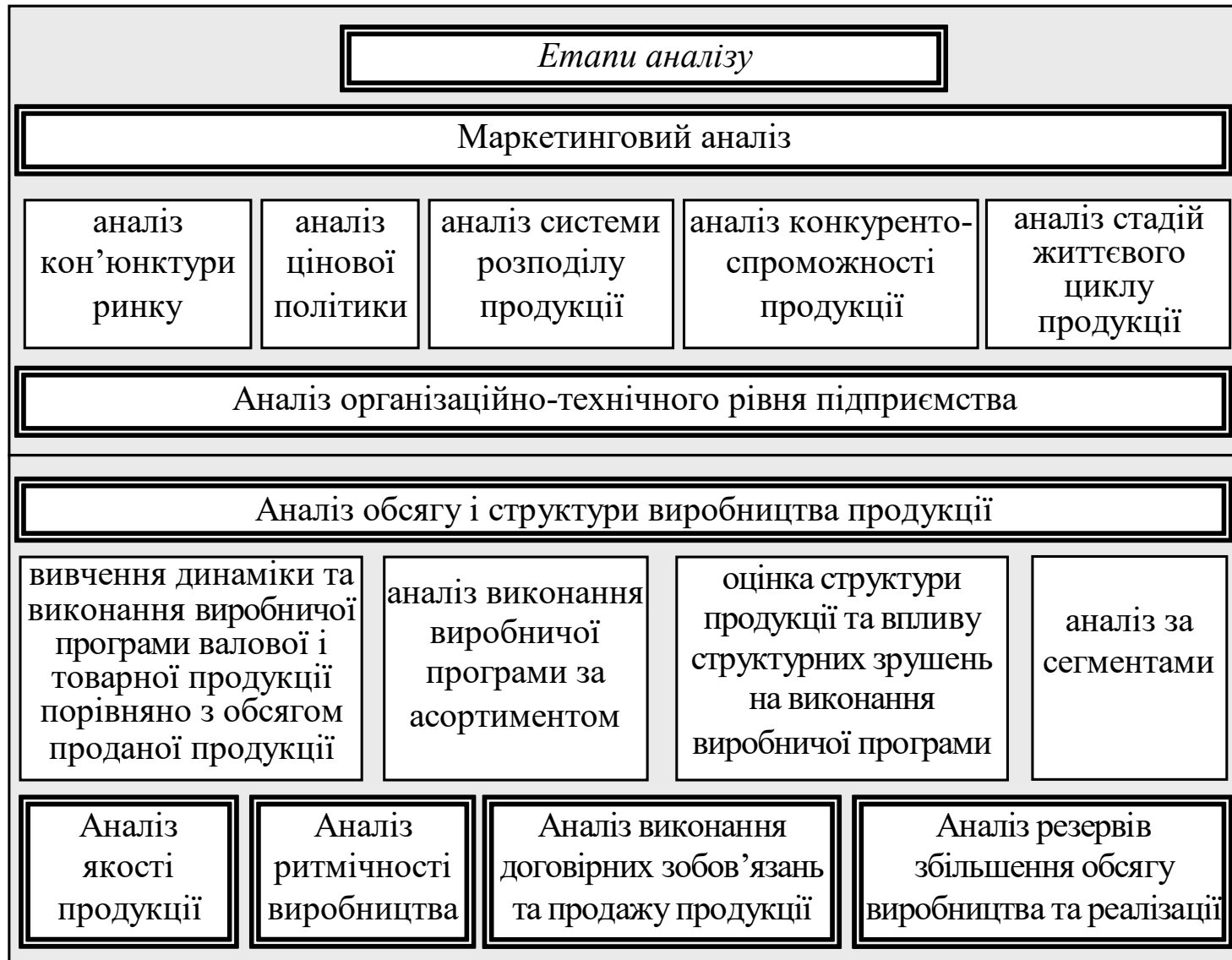


Рис. 2. Етапи аналізу виробництва та реалізації продукції

2. Аналіз обсягів і структури виробництва продукції

Основними показниками обсягу виробництва є товарна, валова та реалізована продукція.

Валова продукція – це вартість усієї виготовленої продукції, виконаних робіт і наданих послуг, включаючи незавершене виробництво та внутрішньогосподарський оборот.

Товарна продукція характеризує обсяг виробництва повністю завершених, що підлягають продажу робіт, послуг; відрізняється від валової тим, що до неї не включаються залишки незавершеного виробництва та внутрішньогосподарський оборот.

Обсяг *реалізованої продукції* - вартість реалізованої продукції відвантаженої й оплаченої покупцями.

До визначення обсягу реалізованої продукції у вартісному вираженні є декілька підходів:

- 1) продукція вважається реалізованою виключно після її оплати покупцями;
- 2) продукція є реалізованою після моменту її відвантаження покупцям.

Аналітик, проводячи економічний аналіз, для забезпечення зіставності вихідних даних, має враховувати ці можливі варіанти.



Рис. 3. Формування вартісних показників продукції промислових підприємств

Аналіз динаміки обсягу виробництва та реалізації продукції проводиться за допомогою наступних показників:

- базисних темпів зростання і приросту;
- ланцюгових темпів зростання і приросту;
- середньорічних темпів зростання (приросту).

Об'єктами аналізу при цьому є валова, товарна, реалізована продукція, оцінена у вартісних вимірниках; обсяг виробництва в натуральних (умовно-натуральних) вимірниках, що нейтралізує вплив інфляції.

Приклад аналізу динаміки виробництва та реалізації продукції наведено в табл. 1.

Таблиця 1. Динаміка виробництва і реалізації продукції підприємства

<i>Квартал</i>	<i>Обсяги виробництва, тис. грн.</i>	<i>Темпи зростання, %</i>		<i>Обсяг реалізації, тис. грн.</i>	<i>Темпи зростання, %</i>	
		<i>базисні</i>	<i>ланцюгові</i>		<i>базисні</i>	<i>ланцюгові</i>
I	130	—	—	93	—	—
II	152	116,9	116,9	137	147,3	147,3
III	140	107,7	92,1	120	129,0	87,6
IV	137	105,4	97,9	121	130,1	100,8
Разом	559	x	x	471	x	x

Середньорічний (середньоквартальний) темп зростання розраховується за середньою геометричною:

$$\bar{t} = \sqrt[n]{t_1 \times t_2 \times t_3 \times t_n}$$

$\bar{t}$ – середньорічний (середньоквартальний) темп зростання;

n – кількість періодів;

t – темп зростання.

Для розрахунку використаємо дані табл. 1:

а) темп зростання та приросту обсягів виробництва:

$$t_{\sigma} = \sqrt[3]{1,0 \times 1,169 \times 0,921 \times 0,979} = 1,018 \text{ або } 101,8 (\%)$$

б) темп зростання та приросту обсягів реалізації:

$$\bar{T} = 101,8 - 100 = 1,8 (\%)$$

$$t = \sqrt[3]{1,0 \times 1,473 \times 0,876 \times 1,008} = 1,092 \text{ або } 109,2 (\%)$$

$$\bar{T} = 109,2 - 100 = 9,2 (\%)$$

Аналіз виконання виробничої програми за асортиментом

Асортимент - перелік найменувань продукції із зазначенням обсягу її виробництва за кожним видом.

Номенклатура – перелік найменувань виробів і їх кодів, встановлених для відповідних видів продукції у загальному класифікаторі промислової продукції (ЗКПП).

Структура – частка окремих виробів у загальному обсязі виробництва, виражена, як правило, у відсотках.

Оцінка виконання виробничої програми за асортиментом базується на порівнянні фактичного та запланованого випуску продукції, включеної у номенклатуру (див. табл. 2).

Виконати завдання за асортиментом означає випустити продукцію відповідно до заданої номенклатури.

Тому перевиконання виробничої програми за окремими об'єктами в розрахунок не приймають. Не зараховуються у виконання асортименту й об'єкти, які не були передбачені виробничою програмою.

Показник виконання асортименту не може бути більшим за 100 %.

Невиконання програми хоча б за одним об'єктом спричиняє невиконання в цілому за асортиментом.

Таблиця 2. Дані про виконання виробничої програми за асортиментом

<i>Продукція</i>	<i>Обсяг виробництва, тис. грн.</i>		<i>Структура, %</i>		<i>Виконання виробничої програми, %</i>	<i>Відхилення пунктів структури, тис. грн.</i>	<i>Зараховується у виконання асортименту, тис. грн.</i>
	<i>виробнича програма</i>	<i>факт</i>	<i>виробнича програма</i>	<i>факт</i>			
А	20	27	12,9	16,3	135,0	+3,4	20
Б	70	40	45,2	24,1	57,1	–21,1	40
В	60	67	38,7	40,4	111,7	+1,7	60
Г*	–	29	–	17,4	–	–	–
Д**	5	3	3,2	1,8	60,0	–1,4	3
Разом	155	166	100,0	100,0	107,1	–	123

Оцінка виконання виробничої програми за асортиментом проводиться трьома способами:

а) за способом найменшого відсотку (як загальний відсоток виконання програми за асортиментом приймається найменший відсоток виконання серед плану усіх виробів (за наведеними даними – 57,1 %));

б) за питомою вагою у загальному переліку найменувань виробів, за якими виконана виробнича програма (необхідно знайти співвідношення кількості виробів з повним виконанням програми та кількості планових позицій. Цей показник пов'язаний з номенклатурою продукції та має назву “коефіцієнт номенклатурності” (за наведеними даними табл. 2 – $2/4 = 50$ (%));

в) за допомогою середнього відсотка виконання виробничої програми за асортиментом (відношення загального фактичного випуску продукції в межах виробничої програми (продукція, виготовлена понад або не передбачена виробничою програмою, не зараховується до виконання виробничої програми за асортиментом) до загального обсягу виробничої програми).

За прикладом виробнича програма за асортиментом продукції виконана на 79,4 %
($123 / 155 \times 100 \%$)

Недовиконання завдання за асортиментом складає 20,6 % ($100 \% - 79,4 \%$).

Оновлення асортименту – це процес заміни застарілих зразків продукції на сучасніші й технічно досконаліші або випуск принципово нової продукції.

Коефіцієнт оновлення асортименту розраховується як:

- відношення кількості нових виробів до загальної кількості продукції;
- частка вироблених нових видів продукції (у грошовому виразі) до загальної вартості продукції.

Причини недовиконання виробничої програми за асортиментом :

- *зовнішні* (кон'юнктура ринку, зміна платоспроможного попиту на окремі види продукції (визначення величини попиту на товар є досить складною проблемою, для вирішення якої необхідні спеціальні маркетингові дослідження), активізація конкурентів, несвоєчасне введення у дію виробничих потужностей підприємства за незалежних від нього причин);

внутрішні (недоліки в організації виробництва, незадовільний технічний стан обладнання, простої, аварії, недостача електроенергії, низька корпоративна культура, недоліки в системі управління та матеріального стимулювання). В цілому, внутрішні фактори визначаються можливостями даного підприємства та його виробничим потенціалом.