



## **Тема 6 Значення та завдання аналізу виробництва продукції, робіт і послуг.**

План

1. Значення та завдання аналізу виробництва продукції
2. Аналіз обсягів виробництва продукції
3. Аналіз асортименту і структури випуску продукції

### **1. Значення та завдання аналізу виробництва продукції**

У ринкових умовах господарювання всі підприємства одержали повну оперативну самостійність у визначенні, яку продукцію і скільки випускати, з ким співробітничати і кому продавати свої вироби, як організувати і відповідно планувати всі виробничі процеси. Зрозуміло, що ця свобода дій надається для належного врахування кон'юнктури ринку, його потреб і вимог.

Правильно вибрана стратегія виробництва і належні обсяги випуску продукції забезпечують бажаний обсяг реалізації і відповідні масштабам цієї діяльності прибутки. Тому виробнича діяльність підприємства жорстко обумовлюється загальною економічною ситуацією, галузевими пропорціями і платоспроможним попитом населення.

У процесі аналізу виробничої діяльності підприємства потрібно розглянути такі питання:

а) якість планування виробництва, напруженість та обґрунтованість планів діяльності як підприємства в цілому, так і його окремих виробничих підрозділів;

б) оцінку виконання планів виробництва, постачання та реалізації продукції, динаміки обсягів виробництва;

в) визначення основних факторів, що впливали на загальні обсяги виробництва протягом останніх років, і зокрема у звітному періоді;

г) взаємозв'язок і взаємозумовленість показників обсягу виробництва, реалізації, асортименту, якості виробів тощо;

д) визначення внутрішньогосподарських резервів зростання обсягів випуску продукції та реалізації, а також розробку заходів щодо їх використання.

Для виконання аналітичного дослідження використовують статистичну звітність про виробництво продукції (форма № 1-п), а також планові матеріали відповідного відділу і бухгалтерські дані (про випуск, відвантаження та реалізацію продукції), інші оперативні дані виробничої діяльності. Бажано також ознайомитися з обсягами залишків незавершеного виробництва, готової продукції на складі і товарів відвантажених (форма № 1).

## 2. Аналіз обсягів виробництва продукції

Аналіз звичайно починають з оцінювання того, як виконано план виробництва в цілому по підприємству за основними виробничими одиницями; які були рівні виконання по місяцях і кварталах звітної періоду. Визначають причини можливих невдач і винних у цьому осіб.

Враховуючи складне економічне становище в країні, повсюдний спад виробництва, доцільно особливу увагу приділити вивченню динаміки обсягів випуску продукції на підприємстві. При цьому найдоречнішим є використання натуральних вимірників обсягів випуску продукції, оскільки це дає змогу запобігти перекрученням, які спричинює інфляція. Якщо ці вимірники не можна використати, то обсяги визначають у незмінних цінах.

*Таблиця 1*

### Обсяги виробництва продукції за п'ять років

Показник	П'ятирічний період				
	1-й рік	2-й рік	3-й рік	4-й рік (минулий)	5-й рік (звітний)
Виробництво цементу, тис. т	2254	1803	1532	1257	1124
Відсоток до попереднього року	100	80	85	82	89
Відсоток до першого року	100	80	68	56	50

Дані табл.1 показують, що обсяги виробництва продукції протягом п'ятиріччя невпинно знижувалися і становили у звітний рік половину від того, що було у першому році. Водночас можна стверджувати, що темпи падіння виробництва в останні три роки дещо сповільнилися. Проте загальну динаміку обсягів виробництва слід оцінити як незадовільну.

Аналізуючи динаміку обсягів виробництва, треба обов'язково визначити, які фактори спричинили таку тенденцію, і відокремити ті, що діяли на народногосподарському рівні, тобто були зовнішніми. Дійсно, у наведеному прикладі цементне виробництво, яке вельми пов'язане з будівництвом, зазнало спаду через брак інвестицій у зв'язку із кризою в економіці України.

Проте внутрішні фактори потребують не меншої уваги. Обсяг виробництва можна збільшити, використовуючи дорожчі матеріали і відповідно збільшуючи ціну виробів, або, навпаки, збільшуючи у складі рецептур дешеві компоненти і спрямовуючи зекономлені дефіцитні матеріали на додатковий випуск продукції.

### **3. Аналіз асортименту і структури випуску продукції**

Одним із важливих напрямів деталізації обсягу випуску продукції є вивчення його в асортиментно-структурному аспекті.

Під **асортиментом** розуміють перелік вироблюваних видів продукції із зазначенням обсягів випуску. Більш вузьким поняттям є **номенклатура** випуску, яка характеризує тільки обсяг, різноманітність продукції, що виробляється.

І нарешті, **структура** — це співвідношення окремих виробів у загальному обсязі виробництва, вираженому здебільшого у відсотках. Зміна асортименту в порівняно з планом приводить до асортиментних, а структури випуску — до структурних зрушень.

Узагалі, ці явища тісно пов'язані одне з одним, і тому ми маємо єдині асортиментно-структурні зрушення у випуску продукції.

У табл. 2 наведено дані про виконання плану з асортименту.

Таблиця 2

**Виконання плану виробництва з асортименту**

Вид продукції	Випуск продукції, тис. грн.			Зараховується у виконання плану, тис. грн.
	за планом	фактично	виконання плану, %	
А	80	100	125	80
Б	200	120	60	120
В	50	60	120	50
Г	400	400	100	400
Д	150	190	126	150
Е*	120	60	50	60
Є	—	80	—	—
Разом	<b>1000</b>	<b>1010</b>	<b>101</b>	<b>860</b>

Е\* — нова продукція замість застарілої Є.

Розрахунок показників виконання плану з асортименту здійснюють трьома способами. Перший має назву «спосіб найменшого числа», суть якого полягає у виборі меншої із двох сум. Інакше кажучи, береться фактична сума, але за умови, якщо вона не перевищує планове завдання. В табл. 2 ці залікові суми разом становлять 860 тис. грн. Звідси коефіцієнт асортиментності

$$K_{ac} = \frac{860}{1000} = 0,86.$$

За другим способом беруть як загальний показник найменший серед усіх виробів відсоток виконання плану, тобто 50% (коефіцієнт — 0,5).

Третій спосіб пропонує знаходити співвідношення кількості виробів з повним виконанням плану й кількості планових позицій. Цей показник пов'язаний із номенклатурою продукції, звідси і його назва — коефіцієнт номенклатурності:

$$K_n = \frac{4}{6} = 0,667.$$

Отже, за всіма способами план з асортименту суттєво не виконано.

При аналізі необхідно звернути увагу на розширення та оновлення асортименту. У нашому прикладі планувалося оновлення асортименту на 12% ( $120 : 1000 \cdot 100$ ), але фактично обсяг оновленої продукції з урахуванням обсягів випуску становив менше 6% ( $60 : 1010 \cdot 100$ ). Суттєвим недоліком є те, що підприємство продовжило виробництво застарілої продукції «Є». Це явна недоречність, адже застаріла продукція не має попиту на ринку.

І ще одне. Нині не можна пояснювати зрушення в асортименті та структурі випуску продукції якимись «об'єктивними» причинами, оскільки всі вони оперативно враховуються на самому підприємстві шляхом коригування планових завдань. Тому будь-які відхилення при виконанні плану — це некваліфікована, неефективна праця виконавців та адміністраторів низових ланок (дільниць, цехів, філіалів).

Закінчуючи аналіз, слід дати оцінку проведеної роботи щодо підготовки нових зразків продукції для виробництва і стану науково-дослідних і конструкторських розробок, які можуть бути запорукою майбутніх успіхів підприємства, взагалі.