

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІДОКРЕМЛЕНИЙ СТРУКТУРНИЙ ПІДРОЗДІЛ



ТЕХНІЧНИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ

Луцького національного технічного університету

ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ

Конспект лекцій
для здобувачів фахової передвищої освіти
освітньо-професійної програми «Менеджмент»
галузь знань 07Управління та адміністрування
спеціальності 073Менеджмент денної та заочної форми навчання

Луцьк 2020

УДК 658 (07)

Е 45

До друку

Директор ТФК Луцького НТУ _____ О.О. Герасимчук

Рекомендовано до видання навчально-методичною радою ТФК Луцького НТУ, протокол № __ від «_» _____ 2020 року.

Голова навчально-методичної ради ТФК ЛНТУ _____ Т.П. Радіщук

Розглянуто і схвалено на засіданні випускаючої циклової комісії

«Менеджмент» ТФК Луцького НТУ,

протокол № __ від «_» _____ 2020 року.

Голова ВЦК _____ С.В.Буснюк

Укладач: _____ С. В. Буснюк, викладач Технічного фахового коледжу Луцького НТУ.

Рецензент: _____ К. І. Оксенюк, кандидат економічних наук, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності Луцького НТУ.

Відповідальний за випуск: _____ С. В. Буснюк, голова ВЦК «Менеджмент».

Економічний аналіз [Текст]: Конспект лекцій для здобувачів фахової передвищої освіти освітньо-професійної програми «Менеджмент»

Е 45 галузь знань 07Управління та адміністрування спеціальності 073Менеджмент денної та заочної форми навчання/ уклад. С. В. Буснюк. – Луцьк: Технічний фаховий коледж Луцького НТУ, 2020. – 118 с.

Методичне видання складене відповідно до ОПП «Менеджмент» з метою надання методичної допомоги в опрацюванні та засвоєнні матеріалу навчальної програми. Конспект лекцій студентів вміщує перелік тем, тезовий виклад навчального матеріалу та список рекомендованої літератури.

© Буснюк С.В., 2020

ЗМІСТ

ТЕМА 1. ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ЯК НАУКА	5
Сутність економічного аналізу	5
Предмет, суб'єкт, об'єкт та функції економічного аналізу.	6
Види економічного аналізу	7
Принципи економічного аналізу.....	9
ТЕМА 2. МЕТОДИЧНІ ПРИЙОМИ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ	11
Основні елементи економічного аналізу.....	11
Поняття методу економічного аналізу та його характерні особливості.....	12
Класифікація методів економічного аналізу. Способи і прийоми економічного аналізу.	12
ТЕМА 3. ІНФОРМАЦІЙНА БАЗА ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ.....	20
Порядок, виконавці та користувачі аналізу господарської діяльності підприємства.....	20
Інформаційне забезпечення економічного аналіз	23
Комп'ютеризація аналітичної роботи	25
ТЕМА 4. АНАЛІЗ ВИРОБНИЦТВА ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ	27
Значення, завдання, інформаційне забезпечення аналізу виробництва та реалізації продукції.	27
Аналіз динаміки та виконання плану виробництва та реалізації продукції.	28
Аналіз асортименту та структури продукції.....	31
Аналіз якості виробленої продукції.....	32
Аналіз ритмічності роботи підприємства	34
ТЕМА 5. АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА	37
Поняття, завдання та джерела інформації аналізу трудових ресурсів і витрат на оплату праці.....	37
Аналіз забезпечення підприємства трудовими ресурсами та ефективності їх використання	39
Аналіз руху персоналу підприємства	41
Аналіз продуктивності праці.....	44
ТЕМА 6. АНАЛІЗ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА.....	46
Завдання та етапи фінансового аналізу	46
Аналіз динаміки складу і структури активів підприємства.....	48
Аналіз динаміки і структури пасивів підприємства	50
Оцінка майнового стану підприємства.....	53
ТЕМА 7. АНАЛІЗ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	55
Оцінка ліквідності та платоспроможності.	55

Оцінка фінансової стійкості	57
Оцінка рентабельності діяльності підприємства	60
ТЕМА 8. АНАЛІЗ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	61
Завдання та інформаційна база аналізу	61
Аналіз динаміки та складу фінансових результатів підприємства.	62
Аналіз фінансових результатів від основної операційної діяльності.	63
Аналіз кількісного рівня дослідження фінансових результатів	65
ТЕМА 9. АНАЛІЗ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА І СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ.....	68
Завдання та інформаційна база аналізу витрат підприємства	68
Аналіз витрат підприємства	69
Аналіз операційних витрат	70
Аналіз операційних витрат за статтями калькуляції	71
ТЕМА 10. АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНОГО КАПІТАЛУ	75
Аналіз ефективності використання основних виробничих фондів	75
Аналіз використання виробничої потужності підприємства	79
Аналіз використання технологічного обладнання	80
Аналіз ефективності використання нематеріальних активів	82
ТЕМА 11. АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ	85
Аналіз формування оборотного капіталу.	85
Аналіз потреби підприємства в оборотних засобах	86
Аналіз ефективності використання оборотних засобів	88
ТЕМА 12. АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ МАТЕРІАЛЬНИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА.....	90
Аналіз забезпеченості підприємства матеріальними ресурсами	90
Аналіз ефективності використання матеріальних ресурсів	92
ТЕМА 13. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ...	94
Аналіз попиту на продукцію	94
Оцінка ризику відсутності попиту на продукцію	96
Аналіз ринків збуту продукції	97
Аналіз цінової політики підприємства	100
Аналіз конкурентоспроможності продукції.	102
ТЕМА 14. АНАЛІЗ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	105
Управлінський аналіз інвестиційної привабливості об'єктів інвестування	105
Аналіз інвестиційних джерел	106
Аналіз ефективності інвестиційної діяльності	109
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	116

ТЕМА 1. ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ЯК НАУКА

1. Сутність економічного аналізу
2. Предмет, суб'єкт, об'єкт та функції економічного аналізу.
3. Види економічного аналізу
4. Принципи економічного аналізу

Сутність економічного аналізу

Аналіз (від грец. *αναλυσις* — розклад, рос. анализ, англ. analysis, нім. Analyse) — метод дослідження, який включає в себе вивчення предмету за допомогою уявного або реального розчленування його на складові елементи (частини об'єкта, його ознаки, властивості, відношення). Кожна із виділених частин аналізується окремо у межах єдиного цілого.

Об'єкти вивчення в економічних науках спочатку мають складну структуру, характеризуються безліччю системних зв'язків. Навіть простий опис економічних систем, а тим більше ухвалення рішень щодо управління ними вимагає застосування розгорненого аналітичного інструментарію. Не випадково в економічних науках таке широке поширення набули всілякі класифікації видів аналізу.

Зміст економічного аналізу полягає в дослідженні процесів та явищ господарської діяльності в їх взаємозв'язку та взаємообумовленості та спрямовано на виявлення непродуктивних витрат трудових, матеріальних, фінансових ресурсів з метою прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

Мета економічного аналізу - сприяння виконанню планів підприємств і їх підрозділів; сприяння подальшому розвитку і поліпшенню економічної роботи завдяки підготовці проектів оптимальних управлінських рішень.

Економічний аналіз – це наука, яка вивчає економічні явища і процеси, що відбуваються на підприємстві, дає їм об'єктивну оцінку і виявляє резерви для поліпшення виробничої та фінансово-економічної діяльності підприємства.

Економічний аналіз, за своїм визначенням, має справу з господарськими процесами, які включають в себе виробництво і реалізацію продукції, використання основних та оборотних засобів, формування та розподіл прибутку.

Головне завдання економічного аналізу полягає у прогнозуванні очікуваних результатів господарської діяльності і виявлення резервів невикористаних можливостей зростання виробництва і зниження собівартості продукції.

Основні задачі економічного аналізу:

– оцінка динаміки основних економічних показників підприємства – обсягу виробництва і реалізації продукції, чисельності персоналу та

продуктивності праці, матеріаломісткості продукції, витрат на гривню товарної продукції, прибутку і рентабельності;

- виявлення впливу аналізованих факторів на результуючі показники;
- пошук і визначення величини внутрішньовиробничих резервів підвищення ефективності виробництва;
- опрацювання конкретних заходів щодо використання виявлених резервів та здійснення контролю за їх виконанням;
- узагальнення результатів аналізу для прийняття раціональних управлінських рішень;
- оцінка реальності, напруженості та оптимальності планів і обґрунтування норм використовуваних ресурсів;
- виявлення забезпеченості підприємства матеріальними, трудовими та фінансовими ресурсами;
- оцінка дієздатності поточного контролю на всіх виробничих дільницях;
- вивчення новацій і сприяння їхньому поширенню;
- дослідження конкурентоспроможності підприємства і кон'юнктури ринку.

Предмет, суб'єкт, об'єкт та функції економічного аналізу.

Під предметом економічного аналізу розуміють господарські процеси підприємства, соціально-економічну ефективність та його фінансові результати, обумовлені дією суб'єктивних і об'єктивних факторів, відображених в системі економічної інформації.

Об'єкти економічного аналізу:

- виробництво і реалізацію продукції;
- собівартість продукції;
- використання всіх видів ресурсів підприємства;
- фінансові результати діяльності підприємства;
- фінансовий стан підприємства та ін.

Суб'єктами економічного аналізу виступають користувачі економічної інформації підприємства, як безпосередньо, так і опосередковано зацікавлені в його діяльності: власники, менеджери, працівники, ділові партнери, державні податкові органи, кредитори.

Функції економічного аналізу:

1. Пошук резервів підвищення ефективності виробництва на основі вивчення передового досвіду і досягнень науки і практики (це центральна функція економічного аналізу)

2. Наукове обґрунтування планів підприємства, як поточних, так і перспективних.

3. Оцінка (порівняння) результатів діяльності підприємства по виконанню планів, рівнем економіки, використанню наявних можливостей.

4. Контроль за виконанням планів і управлінських рішень, за економним витрачанням ресурсів.

5. Розробка заходів по використанню резервів, виявлених в ході аналізу.

Таким чином, економічний аналіз в цілому можна представити як спосіб системного комплексного вивчення, вимірювання і узагальнення впливу окремих факторів на стан та динаміку розвитку економічного суб'єкта, що здійснюються шляхом спеціального вивчення облікових і планових показників, звітності та інших джерел інформації.

Види економічного аналізу

1. Економічний аналіз як наука:

1.1 Загальний економічний аналіз – це аналіз економічних явищ і процесів, що відбуваються на макрорівні, тобто на державному рівні національної економіки та її галузей.

1.2 Економічний аналіз діяльності підприємства (аналіз господарської діяльності підприємства) – це аналіз економічних явищ на мікрорівні, тобто аналіз економіки окремих підприємств.

2. За галузевою ознакою:

2.1 Галузевий аналіз у промисловості, сільському господарстві, будівництві, торгівлі і т. д., що враховує специфіку діяльності суб'єктів господарювання окремих галузей.

2.2 Міжгалузевий - є теоретичною і методологічною основою галузевих методик аналізу, тобто це АГД у всіх галузях національної економіки.

3. По тимчасовому ознакою:

3.1 Перспективний (попередній) аналіз, який проводиться до здійснення господарських операцій. Перспективний аналіз необхідний для обґрунтування планів і управлінських рішень.

3.2 Ретроспективний (наступний) аналіз, який проводиться після здійснення господарських операцій. Ретроспективний аналіз використовується для контролю за виконанням прийнятих планів, вивчення тенденцій розвитку організації та оцінки результатів її діяльності. Він буває:

3.2.1 Оперативний аналіз проводиться після здійснення господарських операцій або зміни ситуації за короткі відрізки часу (зміну, добу тощо). Наприклад, аналіз використання обладнання, виконання норм виробітку робітниками, відвантаження продукції, надходження виручки, витрат сировини і матеріалів, енергоресурсів, стану запасів, стану розрахунків і т. д. Його ціль — оперативно виявляти небажані відхилення від цільових параметрів і своєчасно вживати заходів щодо їх усунення.

3.2.2 Підсумковий аналіз проводиться за звітний період часу (місяць, квартал, рік). Його цінність в тому, що діяльність організації досліджується всесторонньо по звітним даним за відповідний період.

4. За просторовою ознакою:

4.1 Внутрішньогосподарський аналіз - вивчає діяльність тільки досліджуваного підприємства і структурних підрозділів;

4.2 Міжгосподарський аналіз - порівнює результати діяльності двох або більше підприємств, що дозволяє виділити передовий досвід, резерви, недоліки і на основі цього дати більш об'єктивну оцінку ефективності діяльності підприємства.

5 По суб'єктам (користувачам) аналізу:

5.1 Внутрішній аналіз проводиться безпосередньо на підприємстві для потреб оперативного, короткострокового і довгострокового управління виробничою, комерційною і фінансовою діяльністю;

5.2 Зовнішній аналіз проводиться на підставі фінансової і статистичної звітності органами господарського управління, банками, фінансовими органами, акціонерами та інвесторами.

6. За охопленням досліджуваних об'єктів:

6.1 Суцільний аналіз, у якому висновки проводяться після вивчення всіх без виключення об'єктів;

6.2 Вибірковий аналіз, при якому висновки виробляються за результатами обстеження тільки частини об'єктів.

7. За змістом програми:

7.1 Комплексний аналіз (повний) - всебічно вивчає діяльність підприємства;

7.2 Тематичний аналіз (частковий) – лише окремі сторони діяльності підприємства, що представляють в певний момент найбільший інтерес.

8. По об'єктах управління:

8.1 Техніко-економічний аналіз – аналіз, яким займаються технічні служби підприємства (головний інженер, головний технолог). Його змістом є вивчення взаємодії технічних і економічних процесів і усунення їх впливу на економічні результати діяльності підприємства;

8.2 Фінансово-економічний аналіз – аналіз, яким займаються фінансові служби підприємства, фінансово-кредитні органи. Основна увага приділяється фінансовим результатам діяльності підприємства – виконання фінансового плану, ефективність власного і позикового капіталу, виявлення резервів збільшення суми прибутку, виявлення резервів зростання рентабельності, поліпшення фінансового стану та платоспроможності підприємства;

8.3 Аудиторський бухгалтерський аналіз – експертна діагностика «фінансового здоров'я» підприємства. Проводиться аудиторами або аудиторськими фірмами з метою оцінки і прогнозування фінансового стану і фінансової стійкості суб'єктів господарювання;

8.4 Соціально-економічний аналіз проводять економічні служби управління, соціальні лабораторії, статистичні органи. Вивчається взаємозв'язок соціальних і економічних процесів, їх вплив один на одного і на економічні результати господарської діяльності;

8.5 Економіко-статистичний аналіз проводиться статистичними органами. Застосовується для вивчення масових суспільних явищ на різних рівнях управління: підприємства, галузі, регіону;

8.6 Економіко-екологічний аналіз здійснюють органи охорони навколишнього середовища. Досліджується взаємодія екологічних та економічних процесів, пов'язаних із збереженням і поліпшенням стану навколишнього середовища і витратами на екологію;

8.7 Маркетинговий аналіз виконується службою маркетингу. Застосовується для вивчення зовнішнього середовища функціонування підприємства, ринків сировини і збуту готової продукції, її конкурентоспроможності, попиту і пропозиції, комерційного ризику, формування цінової політики, розробки тактики і стратегії маркетингової діяльності.

Принципи економічного аналізу

1. Принцип державного підходу - аналіз повинен базуватися на державному підході при оцінці економічних явищ, процесів, результатів господарювання;

2. Принцип науковості - аналіз повинен носити науковий характер, тобто базуватися на положеннях діалектичної теорії пізнання, враховувати вимоги економічних законів розвитку виробництва, використовувати досягнення НПТ і передового досвіду, новітні методи економічних досліджень;

3. Принцип комплексності - комплексність дослідження вимагає обхвату всіх ланок і всіх сторін діяльності, всебічного вивчення причинних залежностей в економіці підприємства;

4. Принцип системності - забезпечення системного підходу, тобто кожен досліджуваний об'єкт розглядається як складна динамічна система, що складається з ряду елементів, певним способом пов'язаних між собою і з зовнішнім середовищем. Вивчення кожного об'єкта має здійснюватися з урахуванням всіх внутрішніх і зовнішніх зв'язків, взаємозалежності і взаємопідлеглості його окремих елементів;

5. Принцип точності - аналіз повинен бути ефективним, конкретним, точним. Він повинен базуватися на достовірній перевірених інформації, що реально відображає об'єктивну дійсність, а висновки його повинні обґрунтовуватися точними аналітичними розрахунками;

6. Принцип дієвості - аналіз має бути дієвим тобто активно впливати на хід виробництва і його результати, своєчасно виявляючи недоліки, прорахунки, упущення в роботі і інформує про це керівництво підприємства;

7. Принцип планування - аналіз повинен проводитись за планом, систематично, а не від випадку до випадку;

8. Принцип оперативності - аналіз повинен бути оперативним, оперативність означає уміння швидко і чітко проводити аналіз, приймати управлінські рішення і втілювати їх у життя;

9. Принцип демократизму, тобто в аналізі має приймати участь велика кількість працівників підприємства;

10. Принцип ефективності аналізу, тобто витрати на його проведення повинні давати багатократний ефект.

11. Принцип достовірності та об'єктивності – аналіз повинен базуватися на достовірній, перевіреній інформації, що реально відображає об'єктивну дійсність, а висновки його повинні обґрунтовуватися точними аналітичними розрахунками.

ТЕМА 4. АНАЛІЗ ВИРОБНИЦТВА ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ

1. Значення, завдання, інформаційне забезпечення аналізу виробництва та реалізації продукції.
2. Аналіз динаміки та виконання плану виробництва та реалізації продукції.
3. Аналіз асортименту та структури продукції.
4. Аналіз якості виробленої продукції.
5. Аналіз ритмічності роботи підприємства.

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

Аналіз обсягів виробництва і реалізації продукції проводиться для того, щоб знайти шляхи збільшення обсягів реалізації у порівнянні з конкурентами, розширити частку ринку при максимальному використанні виробничих потужностей і, як результат, — збільшити прибуток організації.

У виробничій програмі відбиті відповіді на ключові питання керування виробничою структурою, а саме:

- які види товарів і в якому обсязі виробляти?
- у які строки повинні бути готові товари до відправлення споживачеві?
- якої якості повинні бути товари в планованому періоді?
- скільки додатково організація може випустити товарів, якого виду і якості у випадку виникнення термінових замовлень?
- яка нижня межа обсягу випуску товарів, при якому варто перейти в режим його консервації або зупинити для модернізації?
- які повинні бути обсяги споживаних ресурсів для виробництва товарів.

Виробнича програма - це основний розділ річного й перспективного бізнес-плану розвитку організації (підприємства). При її розробці враховуються як можливості самого підприємства, так і потреби вітчизняного й світового ринків у товарах організації, загальна ринкова ситуація, стан конкурентних організацій і галузей.

У виробничій програмі обсяг виробництва товарів визначається за номенклатурою, асортиментом і якістю в натуральному й вартісному виразі.

Метою аналізу виробничої та збутової діяльності організації є виявлення існуючих тенденцій розвитку та стримуючих факторів, а також надання рекомендацій щодо їх поліпшення.

Виходячи з поставленої мети, аналіз результатів виробництва та реалізації передбачає вирішення таких завдань:

- оцінка динаміки виробництва й реалізації продукції;
- аналіз виробництва продукції за номенклатурою й асортиментом;
- аналіз впливу факторів на обсяг продукції;

- аналіз впливу структурних зрушень на обсяг продукції;
- аналіз ритмічності роботи підприємства;
- аналіз оновлення продукції;
- аналіз конкурентоспроможності продукції.

Джерелами інформації для аналізу виробництва й реалізації продукції служать:

- бізнес-план підприємства,
- оперативні плани-графіки,
- статистична звітність ф.№ 1-п – нп (річна, квартальна, місячна) "Звіт з продукції"
- бухгалтерська звітність ф.№ 2 "Звіт про фінансові результати",
- відомість № 16 "Рух готових виробів, відвантаження й реалізація".

Аналіз динаміки та виконання плану виробництва та реалізації продукції.

Обсяг виробництва і реалізації продукції є взаємозалежними показниками. В умовах обмежених виробничих можливостей і при необмеженому попиті на перше місце висувається обсяг виробництва продукції. Але у міру насичення ринку і посилення конкуренції не виробництво визначає обсяг продажу, а навпаки, можливий обсяг продажу є основою розробки виробничої програми. Підприємство повинне виробляти тільки ті товари і в такому обсязі, в якому воно може реально реалізувати їх. Темпи зростання обсягу виробництва і реалізації продукції, підвищення її якості безпосередньо впливають на величину витрат, прибуток і рентабельність підприємства.

Обсяг виробництва і реалізації промислової продукції може виражатися в натуральних (шт., тонни), умовно-натуральних (тонно-кілометр, що означає перевезення 1 тонни на відстань 1 км), трудових (людино-година, людино-день) і вартісних (грошових) показниках. Узагальнюючі показники обсягу виробництва продукції одержують за допомогою вартісної оцінки. Основними показниками обсягу виробництва є товарна і валова продукція.

Важливе значення для оцінки виконання виробничої програми мають і натуральні показники обсяги виробництва і реалізації продукції (штуки, метри, тонни і т.д.). Їх використовують для аналізу обсягів виробництва і реалізації продукції за окремими видами і групами однорідної продукції.

Умовно-натуральні показники, як і вартісні, застосовуються для узагальненої характеристики обсягів виробництва продукції, наприклад, на консервних заводах використовується такий показник, як тисячі умовних банок, на ремонтних підприємствах – кількість умовних ремонтів, у взуттєвій промисловості – умовні пари взуття, які обчислені на основі коефіцієнтів їх трудомісткості та ін.

Показниками обсягу виробництва продукції є:

1. Валова продукція підприємства - вартість усіх готових виробів і напівфабрикатів, виготовлених у звітному періоді, включаючи незавершене виробництво та внутрішньогосподарський оборот.

2. Товарна продукція (Обсяг продукції, послуг) - продукція вироблена для реалізації за межами підприємства. Можна визначити на основі валової продукції, для цього з валової продукції віднімається вартість незавершеного виробництва і напівфабрикатів.

3. Реалізована продукція - продукція відвантажена покупцям і оплачена ними в даному періоді. Реалізована продукція включає частину вартість товарної продукції попереднього періоду, якщо оплата за неї проведена в поточному періоді. Тому об'єм реалізованої продукції за певний період може бути більше або менше обсягу товарної продукції за цей же період.

Обсяг реалізації продукції визначається або за відвантаженням продукції покупцям, або за оплатою (виручкою від реалізації). Виражається в порівняльних, планових і діючих цінах. В умовах ринкової економіки цей показник має першорядне значення. Від того, як продається продукція, який попит на неї на ринку, залежить і обсяг її виробництва.

Аналіз динаміки виконання плану виробництва та реалізації продукції звичайно починають з оцінки того, як виконано план виробництва у звітному періоді в цілому по підприємству і в розрізі його основних виробничих одиниць. Оперативний аналіз виробництва і відвантаження продукції здійснюється на основі розрахунку, в якому відображаються планові і фактичні відомості про випуск і відвантаження продукції за обсягом, асортиментом, якістю за день, наростаючим підсумком з початку місяця, а також відхилення від плану.

Аналіз обсягів виробництва продукції у звітному періоді можна доповнити вивченням рівнів виконання плану в поквартальному і річному розрізі. Якщо рівні виконання плану за цими проміжками часу помітно різняться, слід більш докладно з'ясувати причини такого становища і проаналізувати заходи, що вживалися адміністрацією підприємства для поліпшення ситуації з виконанням плану.

Ураховуючи складне економічне становище в країні, повсюдний спад виробництва, доцільно особливо уважно вивчити динаміку обсягів випуску продукції на підприємстві і за попередні роки. При цьому використання натуральних вимірників обсягів випуску продукції є найбільш слушним, оскільки нейтралізує вплив інфляції. Якщо ці вимірники не можна використати, то обсяги вимірюють у незмінних цінах або цінах поточного року з відповідними перерахунками показників товарної продукції за попередні роки.

Під час аналізу розраховують середньорічні темпи зміни виробництва або приросту на основі ланцюгових темпів зростання. Використовують для

розрахунку формулу середньгеометричної:

$$T = \sqrt[n]{T_1 \cdot T_2 \cdot T_3 \cdot \dots \cdot T_n}, \quad (4.1)$$

де T_1, \dots, T_n – зміна обсягів виробництва в поточному періоді в порівнянні із минулим

n – кількість періодів, що аналізується.

Проаналізувавши загальні показники обсягу товарної продукції, слід визначити головні чинники, які спричинили негативні тенденції та окремі зриви завдань. Особливо ретельним має бути пошук внутрішніх негативних факторів, винних підрозділів і виконавців. Треба мати на увазі, що інколи зрив планових завдань з випуску продукції деякі виробничники й низові керівники пояснюють недоліками в плануванні, завищеними завданнями, які просто неможливо було виконати. Здебільшого ці виправдання бувають безпідставними, але коли їх кількість зростає і виконавці їх відповідно аргументують, керівництву підприємства треба обов'язково перевірити обґрунтованість планових розрахунків і взагалі якість поточного планування виробництва.

Аналіз реалізації продукції тісно пов'язаний з аналізом виконання договірних зобов'язань з постачання продукції. Недовиконання плану за договорами для підприємства обертається зменшенням виручки, прибутку, виплатою штрафних санкцій. Крім того, в умовах конкуренції підприємство може втратити ринки збуту продукції, що спричинить за собою спад виробництва.

В процесі аналізу визначається виконання плану постачання за місяць і з наростаючим підсумком в цілому за підприємством, в розрізі окремих споживачів і видів продукції, з'ясовуються причини недовиконання плану і дається оцінка діяльності з виконання договірних зобов'язань (табл.4.1).

Таблиця 4.1.

Аналіз виконання договірних зобов'язань з відвантаження продукції за лютий, тис. грн.

Виріб	Споживач	План поставки за договором	Фактично відвантажено	Недоставання продукції	Заліковий обсяг в межах плану
А	1	800	850		800
	2	800	750	-50	750
	3	600	700		600
В	1	500	500		500
	2	1200	1050	-150	1050

Заліковий обсяг в межах плану визначається за планом поставки у випадку виконання плану поставки та за фактичним обсягом відвантаження у випадку не виконання поставок.

Аналіз асортименту та структури продукції.

Під асортиментом розуміють перелік усіх видів продукції, що виробляється, із зазначенням обсягів випуску. Вужчим поняттям є номенклатура випуску, яка характеризує тільки кількість і різноманітність продукції. І нарешті, структура — це співвідношення (здебільшого у відсотках) окремих виробів у загальному обсязі виробництва. Зміна асортименту проти планового веде до асортиментних, а структури випуску — структурних зрушень. Ці явища завжди пов'язані одне з одним, а тому ми кажемо про асортиментно-структурні зрушення у випуску продукції.

В процесі формуванні асортименту і структури випуску продукції підприємство повинно враховувати, з одного боку, попит на дані види продукції, а з іншою – найефективніше використання трудових, сировинних, технічних, технологічних, фінансових та інших ресурсів, які є в його розпорядженні.

Оцінка виконання виробничої програми за асортиментом базується на порівнянні фактичного та запланованого випуску продукції, включеної у номенклатуру.

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.

Оцінка виконання плану за асортиментом продукції зазвичай здійснюється за допомогою однойменного коефіцієнту (розрахунок коефіцієнта асортиментності за способом найменшого числа), який розраховується шляхом ділення загального фактичного випуску продукції, що зараховується у виконання плану з асортименту, на загальний плановий випуск продукції (продукція, виготовлена понад план або не передбачена планом, не зараховується у виконання плану з асортименту).

Зміна структури виробництва значно впливає на всі економічні показники: обсяг виробництва у вартісній оцінці, матеріаломісткість, собівартість товарної продукції, прибуток, рентабельність. Якщо збільшується питома вага більш дорогої продукції, то обсяг її виробництва у вартісному виразі зростає, і навпаки. Теж відбувається з розміром прибутку за умов збільшення питомої ваги високорентабельної і відповідно за умов зменшення частки низькорентабельної продукції.

Причини недовиконання виробничої програми за асортиментом можна розділити на дві групи:

- 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, несвочасне 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.

Аналіз якості виробленої продукції.

Якість продукції – це поняття, що характеризує параметричні, експлуатаційні, споживчі, технологічні, дизайнерські властивості виробу, рівень його стандартизації й уніфікації, надійність і довговічність. Розрізняють узагальнюючі, індивідуальні і непрямі показники якості продукції.

Узагальнюючі показники характеризують якість всієї виробленої продукції незалежно від її вигляду і призначення:

- а) питома вага нової продукції в загальному її виробництві;
- б) питома вага продукції вищої категорії якості;
- в) середньозважений бал продукції;
- г) середній коефіцієнт сортності;
- д) питома вага атестованої і не атестованої продукції;
- е) питома вага сертифікованої продукції;
- ж) питома вага продукції, що відповідає світовим стандартам;
- з) питома вага продукції, що експортується, зокрема у високо розвинуті промислові країни.

Індивідуальні (одиничні) показники якості продукції характеризують одну з її властивостей:

- а) корисність (жирність молока, зольність вугілля, вміст заліза в руді, вміст білка в продуктах харчування);
- б) надійність (довговічність, безвідмовність в роботі);
- в) технологічність, тобто ефективність конструкторських і технологічних рішень (трудомісткість, енергоємність);
- г) естетичність виробів.

Непрямі показники – це штрафи за неякісну продукцію, обсяг і питому вагу забракованої продукції, питому вагу зарекламованої продукції, втрати від браку та ін.

Перша задача аналізу – вивчити динаміку перерахованих показників, виконання плану за їх рівнем причини їх зміни і дати оцінку виконання плану з рівня якості продукції. Так, для оцінки якості продукції, особливо її

динаміки, застосовується бальний метод оцінки, згідно з яким кожній категорії якості надається певна кількість балів. Наприклад, виробам вищої категорії якості надається п'ять балів, першої — 4 бали, другої — 1 бал. Далі обчислюється середньозважений бал, де вагою є кількість продукції певного сорту; проводиться оцінка середнього балу за планом і звітом та шляхом їх порівняння розраховується виконання плану якості.

В галузях, де встановлена сортність продукції, визначається питома вага кожного сорту в загальному обсязі продукції, середня сортність, середньозважена ціна.

Сорти продукції:

Середня сортність розраховується за формулою:

$$\bar{C} = \frac{\sum qC}{\sum q} \quad (4.2)$$

де \bar{C} — середня сортність;

q — обсяг продукції певного виду;

C — сорт певного виду продукції.

Середня ціна обчислюється за формулою:

$$\bar{P} = \frac{\sum qP}{\sum q} \quad (4.3)$$

де \bar{P} — середня ціна;

p — ціна певного виду продукції.

Непрямим показником якості продукції є брак.

Браком у виробництві є вироби, напівфабрикати, деталі, вузли тощо, а також роботи, що не відповідають за своєю якістю встановленим стандартам або технічним умовам і не можуть бути використані за своїм прямим призначенням або можуть бути використані тільки після проведення додаткових робіт з їх виправлення.

Рівень браку – це, передусім, показник якості роботи, налагодженості технологічних процесів і чіткої організації виробництва, а також, є показником порушення ритмічності виробництва, погіршення організації та контролю за виробничим процесом.

Він поділяється на такий, що можна виправити і на такий, що є не виправним, внутрішній (виявлений на підприємстві) і зовнішній (виявлений споживачами). Випуск браку веде до підвищення собівартості продукції, зменшення обсягу товарної і реалізованої продукції, зниження прибутку і рентабельності.

В процесі оцінки якості продукції необхідно провести ретельний аналіз бракованої продукції. Випуск бракованої продукції призводить до зростання

собівартості; зменшення обсягу продукції і прибутку; зниження продуктивності праці і рентабельності продукції, підвищення матеріалоємності виробів.

Аналіз втрат від браку здійснюється у наступній послідовності:

- визначають величину остаточно забракованої продукції за періодами, знаходять відхилення, дають оцінку, аналізують визначені показники в динаміці;

- розраховують питому вагу браку в собівартості товарної продукції за періодами, дають оцінку;

- визначають вплив зміни втрат від браку на величину обсягу випуску, тобто суму недовипущеної продукції в результаті допущеного браку. Щоб розрахувати обсяг недовипущеної продукції, необхідно обсяг продукції звітного року помножити на рівень браку в собівартості товарної продукції та поділити на 100 %

Аналіз ритмічності роботи підприємства

Ритмічність – це рівномірний випуск продукції відповідно до графіку в обсязі і асортименті, що передбачені планом. Необхідно розрізняти поняття «рівномірний випуск» та «ритмічний випуск» продукції.

Рівномірний випуск продукції – це однаковий випуск продукції за однаковими проміжками часу. Ритмічний випуск продукції – це виробництво згідно з плановим графіком.

Ритмічна робота є основною умовою своєчасного випуску і реалізації продукції. Неритмічність погіршує всі економічні показники: знижується якість продукції; збільшуються обсяг незавершеного виробництва, понадпланові залишки готової продукції на складах і, як наслідок, сповільнюється оборотність капіталу; не виконуються поставки за договорами і підприємство платить штрафи за невчасне відвантаження продукції; несвоєчасно надходить виручка; перевитрачається фонд заробітної плати у зв'язку з тим, що на початку місяця робітникам платять за простої, а в кінці за наднормові роботи. Все це приводить до підвищення собівартості продукції, зменшення суми прибутку, погіршення фінансового стану підприємства.

Для оцінки виконання плану з ритмічності використовуються прямі і непрямі показники. Прямі показники це – коефіцієнт ритмічності, коефіцієнт варіації, коефіцієнт аритмічності, питома вага виробництва продукції за кожну декаду (десять днів) або добу до місячного випуску, питома вага виробленої продукції за кожен місяць до квартального випуску, питома вага випущеної продукції за кожен квартал до річного обсягу виробництва, питома вага продукції, випущеної в першу декаду звітного місяця, до третьої декади попереднього місяця.

Непрямі показники ритмічності – наявність доплат за наднормові роботи, оплата простоїв з вини суб'єкта господарювання, втрати від браку, виплата штрафів за недопостачання і невчасне відвантаження продукції, наявність наднормативних залишків незавершеного виробництва і готової продукції на складах.

Розглянемо наступні найпоширеніші показники ритмічності виробництва:

- коефіцієнт ритмічності;
- коефіцієнт варіації;
- коефіцієнт рівномірності;
- коефіцієнт аритмічності.

Один з найпоширеніших показників – коефіцієнт ритмічності. Його величина визначається шляхом підсумовування фактичних питомих ваг випуску за кожен період, але не більш планового їх рівня.

Таблиця 4.2.

Ритмічність випуску продукції за декадами

Декада	Випуск продукції, тис. грн.		Питома вага продукції, %		Виконання плану, %	Частка продукції, яка зараховується у виконання плану з ритмічності, %
	план	факт	план	факт		
Перша	32000	30240	33,3	30	0,945	30,0
Друга	32000	34272	33,3	34	1,071	33,33
Третя	32000	36288	33,4	36	1,134	33,34
Всього за рік	96000	100 800	100	100	1,05	96,67

$$K_{ритм} = 30 + 33,33 + 33,34 = 96,67\% / 100\% = 0,97$$

Чим ближче значення до одиниці тим ритмічнішим є виробництво.

Коефіцієнт варіації (Кв) визначається як відношення середньоквадратичного відхилення від планового завдання за добу (декаду, місяць, квартал) до середньодобового (середньодекадного, середньомісячного, середньоквартального) планового виробництва продукції.

$$V = \frac{\sigma}{\bar{x}} \quad (4.4)$$

де V — коефіцієнт варіації;

σ — середньоквадратичне відхилення досліджуваного показника;

\bar{x} — середнє значення досліджуваного показника за плановий період, яке розраховується за формулою:

$$\bar{x} = \frac{\sum w_{nli}}{n} \quad (4.5)$$

де n — кількість відрізків часу у досліджуваному періоді ; W_{nli} - плановий випуск продукції.

Середньоквадратичне відхилення розраховується за формулою:

$$\sigma = \sqrt{\frac{(x - \bar{x})^2}{n}} \quad (4.6)$$

, де x – фактичний випуск продукції

Чим більший коефіцієнт варіації, тим не ритмічніше працювало підприємство.

При рівномірному виробництві та випуску продукції значення коефіцієнта варіації ближче до нуля, а коефіцієнт ритмічності дорівнює 1.

Для аналізу виконання робочої програми розраховують також коефіцієнт рівномірності, який визначають за формулою:

$$K_p = \frac{\sum Q_{\phi_i}}{Q_{план}} * 100\% \quad (4.7)$$

, де Q_{ϕ_i} – фактичний випуск продукції за i -тий період, але не більше планового, тис. грн.;

$Q_{план}$ – план випуску продукції, тис. грн.

Для оцінки ритмічності виробництва на підприємстві розраховується також показник аритмічності як сума додатних і від'ємних відхилень у випуску продукції від плану за кожен день (тиждень, декаду). Чим менш ритмічно працює підприємство, тим вищий показник аритмічності:

$$K_{аритм} = 1 - K_{ритм} \quad (4.8)$$

В процесі аналізу необхідно підрахувати втрачені можливості підприємства з випуску продукції у зв'язку з неритмічною роботою. Це різниця між фактичним і можливим випуском продукції, який обчислено виходячи з найбільшого середньодобового (середньодекадного) обсягу виробництва.

В процесі аналізу важливим є виявлення основних причин аритмічності, які класифікуються на:

- внутрішні причини аритмічності – важкий фінансовий стан підприємства, низький рівень організації, технології і матеріально-технічного забезпечення виробництва, а також планування і контролю, зовнішні – невчасне постачання сировини і матеріалів постачальниками, недолік енергоресурсів не з вини підприємства та ін.;

- зовнішні причини аритмічності: дефіцит енергетичних ресурсів, перебої та проблеми із постачанням сировини та матеріалів для виробництва.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Білик М.Д. Фінансовий аналіз: навч. посібник.- 2-ге вид., без змін. Київ: КНЕУ, 2013. - 592 с.
2. Гадзевич О. І. Основи економічного аналізу і діагностики фінансово-господарської діяльності підприємств: навч. посіб. Київ., 2014.- 177 с.
3. Економічний аналіз: Навч. посібник. За ред. Волкової Н.А./ Н.А. Волкова, Р.М. Волчек, О.М. Гайдаєнко та ін. – Одеса: ОНЕУ, ротапринт. – 2015. – 310с.
4. Економічний аналіз: навч. посібник / За ред. М.Г. Чумаченка. – Київ: КНЕУ, 2015. - 556 с.
5. Тринька Л. Я. Економічний аналіз [Текст] : навч.-метод. посібник / Л.Я. Тринька. - К. : Алерта, 2015. - 568 с
6. Управлінський аналіз: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О.В. Бойко, Н.М. Василик, І.М. Вахович [та ін.]; за заг. ред. З.В. Герасимчук. Луцьк: Вежа-Друк, 2013. – 1000 с.
7. Черниш С.С. Економічний аналіз. Навчальний посібник ./ С.С. Черниш. – К.: ЦУЛ, 2015. – 312 с. – Режим доступу: <https://www.twirpx.com/file/593880/>

Економічний аналіз [Текст]: Конспект лекцій для здобувачів фахової передвищої освіти освітньо-професійної програми «Менеджмент» галузь знань 07 Управління та адміністрування спеціальності 073 Менеджмент денної та заочної форми навчання/ уклад. С. В. Буснюк. – Луцьк: Технічний фаховий коледж Луцького НТУ, 2020. – 118 с.

Комп'ютерний набір
Редактор

С.В. Буснюк
С.В. Буснюк

Підп. до друку «__»_____2020 р. Формат 60x84/16. Папір офс.
Гарн. Таймс. Ум. друк. арк. 7,375.
Тираж 50 прим.

Інформаційно-видавничий відділ
Луцького національного технічного університету
43018, м. Луцьк, вул. Львівська, 75
Друк – ІВВ Луцького НТУ

