

3. Бутинець, Ф. Ф. Економічний аналіз. Практикум: навчальний посібник для студентів ВНЗ. Реком. МОНУ /Ф.Ф.Бутинець, Є.В.Мних, О.В.Олійник. - Житомир: ПП "Рута", 2009.- 416 с.

4. Іващенко, В. І. Економічний аналіз господарської діяльності: навч. посібник для студентів економ. спец. /В.І. Іващенко, М.А. Болюх. - К: Нічлава, 1999, 2011. - 204 с.

Турок Мар'яна Михайлівна,
студентка спеціальності «Професійна освіта. Економіка»
Науковий керівник к.е.н., доцент кафедра обліку і
оподаткування та маркетингу **Максименко Д.В.**
Мукачівського державного університету

АНАЛІЗ ОБСЯГІВ ВИРОБНИЦТВА ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ

Сучасні умови господарювання надають підприємствам повну самостійність з питань виробництва та реалізації продукції: планування і організація технологічного процесу, обсяги виробництва, структура продукції, контрагенти та напрями реалізації тощо. Правильно обрана стратегія виробництва та відповідні обсяги випуску продукції забезпечують бажаний обсяг реалізації та фінансові результати – прибутки, що відповідають масштабам цієї діяльності. При цьому необхідно враховувати, що виробнича діяльність підприємства зумовлена загальною економічною ситуацією, галузевими пропорціями та платоспроможним попитом населення[2].

Обсяг виробництва й обсяг реалізації продукції є взаємозалежними показниками. В умовах обмежених виробничих можливостей і необмеженого попиту на перше місце виходить обсяг виробництва продукції. Але в міру насичення ринку і посилення конкуренції не виробництво визначає обсяг продажів, а навпаки, можливий обсяг продажів є основою розробки виробничої

програми. Підприємство має виробляти тільки ті товари і в такому обсязі, які воно може реально реалізувати [1].

Темпи зростання обсягу виробництва і реалізації продукції, поліпшення її якості безпосередньо впливають на обсяг витрат, на прибуток і рентабельність підприємства. Тому аналіз цих показників має важливе значення. Його основні завдання:

- оцінювання ступеня виконання плану і динаміки виробництва та реалізації продукції;
- визначення впливу факторів на зміну величини цих показників;
- виявлення внутрігосподарських резервів збільшення випуску і реалізації продукції;
- розробка рекомендацій із освоєння виявлених резервів.

Об'єкти аналізу:

- обсяг виробництва і реалізації продукції в цілому і за асортиментом;
- якість і конкурентоспроможність продукції;
- структура виробництва і реалізації продукції;
- ритмічність виробництва і реалізації продукції[3].

Обсяг виробництва та реалізації промислової продукції може виражатися в натуральних, умовно-натуральних, трудових і вартісних вимірниках.

Основними показниками обсягу виробництва і реалізації продукції є валова продукція промислового підприємства. Вона являє собою загальний обсяг продуктів основної діяльності підприємства за певний період часу в грошовому вираженні.

Валова продукція підприємства може розраховуватися двома способами:

- виходячи з валового обороту;
- на основі поелементного підрахунку.

В даний час валова продукція не є показником, за яким оцінюється діяльність підприємства. Однак він оцінюється підприємствами, так як дані про виробленої валової продукції необхідні для обчислення чистої продукції та для з'ясування динаміки виробництва [2]. Товарна продукція, або, як її називають в

даний час, обсяг продукції являє собою показник, що характеризує обсяг продукції, виробленої для реалізації на сторону.

Таким чином, товарна продукція відрізняється від валової тим, що в неї не входять ті результати виробничої діяльності, які залишаються на самому підприємстві і не призначені до відпустки за його межі [3].

Аналіз виробництва і реалізації є першочерговим при проведенні оцінки рентабельності продукції. Саме ці показники одночасно з показниками собівартості готової продукції визначають фактичне значення та є факторами зміни рентабельності готової продукції.

Аналіз показників виробництва і реалізації готової продукції здійснюється на наступними напрямками:

- аналіз обсягу і динаміки випуску та реалізації продукції;
- оцінка асортименту і структури виробництва та реалізації продукції;
- аналіз рівномірності та ритмічності виробництва і реалізації готової продукції;
- оцінка якості та браку готової продукції[1].

Оцінюючи якість продукції на підприємстві, перш за все аналізують зміну загальних показників якості продукції. Належну точність визначення стану якості продукції забезпечують показники сортності продукції. Сортність використовують щодо продукції, в якій допускаються певні, несуттєві відхилення деяких ознак і якостей від чинних стандартів і технічних вимог. Зважаючи на кількість передбачених сортів і співвідношення їх у загальному обсязі виробництва, визначають середній показник сортності як за планом, так і фактично [2].

Отже, 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.

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.

Список використаної літератури:

1. Болюх М.А., Бурчевський В.З., М.І. Горбатюк та ін.; Економічний аналіз: Навч. Посібник / За ред. акад. НАНУ, проф. М.Г. Чумаченка. – Вид. 2-ге, перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2003. – 556 с.
2. Івахненко В.М. Курс економічного аналізу: Навчальний посібник. – К.: Знання-Прес, 2000. – 207 с.
3. Тарасенко Н.В. Економічний аналіз діяльності промислового підприємства. – Львів: ЛБІ НБУ, 2000. – 485 с.

Шевченко Олег Олександрович,
директор Проектного офісу,
Київський національний університет технологій та дизайну

ОРГАНІЗАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯМ

Організацію інформаційно-аналітичного забезпечення управління енергозбереженням здійснюють Кабінет Міністрів України, НКРЕКП, Держенергоефективності.

НКРЕКП здійснює моніторинг дотримання встановлених мінімальних стандартів та вимог до якості обслуговування споживачів та постачання природного газу, електричної і теплової енергії, забезпечує відповідно до законодавства доступ споживачів до інформації про ціни/тарифи у сферах постачання електричної енергії, природного газу, а також у сферах



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>