

**ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОЇ
КУЛЬТУРИ ІМЕНІ ІВАНА БОБЕРСЬКОГО**

Кафедра економіки та менеджменту

Гуль І.Г

**АНАЛІЗ ВИРОБНИЦТВА І РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ
(РОБІТ, ПОСЛУГ) ПІДПРИЄМСТВ ТУРИЗМУ**

Лекція з навчальної дисципліни
«АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИЗМУ»
Для студентів спеціальності 242 Туризм

«ЗАТВЕРДЖЕНО»
на засіданні кафедри економіки
та менеджменту
«___» _____ 201__ р. протокол №___
Зав. каф. _____ Н.Ф. Павленчик

Тема 4. АНАЛІЗ ВИРОБНИЦТВА І РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ (РОБІТ, ПОСЛУГ) ПІДПРИЄМСТВ ТУРИЗМУ

План

- 4.1. Мета, завдання та інформаційне забезпечення аналізу виробництва і реалізації продукції**
- 4.2. Аналіз обсягів виробництва і реалізації продукції**
- 4.3. Аналіз асортименту й якості продукції**
- 4.4. Аналіз ритмічності виробництва і реалізації продукції**

4.1. Мета, завдання та інформаційне забезпечення аналізу виробництва і реалізації продукції

Обсяг виробництва і реалізації продукції є взаємозалежними показниками. В умовах обмежених виробничих потужностей і при необмеженому попиті провідна роль належить виробництву. Саме воно регламентує обсяг збуту продукції.

Метою аналізу виробництва і реалізації продукції (робіт, послуг) є обґрунтування управлінських рішень, спрямованих на збільшення обсягів продажу, зміцнення конкурентних позицій підприємства на ринку, завдяки кращому використанню наявних виробничих потужностей, раціонального і економного використання трудових, матеріальних і фінансових ресурсів.

Досягнення цієї мети передбачає вирішення наступних завдань:

- обґрунтування виробничої програми підприємства;
- оцінка виконання виробничої програми, динаміки обсягу виробництва і реалізації продукції в цілому та за номенклатурою і асортиментом;
- оцінка впливу структурних зрушень у виробництві продукції (робіт, послуг) на формування узагальнюючих показників ефективності;
- виявлення і розрахунок факторів, що впливають на виконання виробничої програми підприємства та зміну обсягу продаж;
- оцінка якості продукції та послуг;
- оцінка ритмічності виробництва;
- оцінка конкурентоспроможності продукції та послуг;

- виявлення резервів росту обсягу виробництва і реалізації продукції.

Інформаційним забезпеченням для проведення аналізу слугують:

- форма №1 «Баланс»;
- форма №2 «Звіт про фінансові результати»;
- форма № 5 «Примітки до річної фінансової звітності»;
- статистична звітність, а саме:
 - форма № 1 – готель (Звіт про роботу готелю);
 - форма № 1 – ТУР (Звіт про діяльність туристської організації);
 - форма № 1 – курорт (Звіт санаторно-курортного (оздоровчого) закладу);
 - форма № 1 – послуги (Звіт про обсяги реалізованих послуг);
- договори, плани, графіки провадження робіт і ін.;
- первинна документація.

4.2. Аналіз обсягів виробництва і реалізації продукції

Динаміка обсягу виробництва й реалізації продукції характеризує зміну виробництва продукції й ступінь насичення ринку продукцією підприємства.

Обсяг виробництва й реалізації продукції може бути виражений у ***натуральних, умовно-натуральних і вартісних вимірниках:***

1) ***вартісні вимірники*** (гривні, копійки й т.п.) використовують для узагальнюючої характеристики обсягів виробництва й реалізації продукції;

2) ***натуральні вимірники*** (метри, тонни, штуки й т.п.) застосовують при аналізі обсягів виробництва й реалізації продукції по окремих видах і групами однорідної продукції;

3) ***умовно-натуральні вимірники*** (наприклад, тисячі умовних банок, кількість умовних ремонтів і т.п.) використовують для узагальнюючої характеристики обсягів виробництва й реалізації продукції, як правило, на підприємствах, де виготовляється однорідна продукція в різній по об'єму тарі.

Основними показниками обсягу виробництва й реалізації продукції є:

- **валова продукція** – це вартість всієї виготовленої продукції, виконаних робіт і наданих послуг, включаючи незавершене виробництво;

- **товарна продукція** - характеризує обсяг виробництва повністю завершеної і належної до продажу продукції (товарів, робіт, послуг). Вона відрізняється від валової тим, що до неї не включаються залишки незавершеного виробництва й внутрішньогосподарський оборот;

- **реалізована продукція** - визначається в діючих цінах (без ПДВ) і відрізняється від товарної продукції залишками продукції на початок і кінець відповідного періоду. Іншими словами, **реалізованою продукцією** називається та продукція, яка відвантажена замовнику і за неї поступили гроші на розрахунковий рахунок підприємства-постачальника;

- **виробнича потужність** - це максимальний річний випуск продукції, виконання робіт чи надання послуг відповідної якості у номенклатурі і асортименті передбаченої виробничою програмою;

- **виробнича програма** - це програма виробництва продукції в номенклатурі і асортименті в натуральному і грошовому вираженні на відповідний період та узгоджені з результатами вивчення ринку (попитом і пропозицією).

Початковим етапом аналізу є **оцінка обсягів і структури виробництва й реалізації продукції**.

Даний етап проведення економічного аналізу починається, як правило, з оцінки виконання плану (прогнозу) з виробництва й реалізації продукції за звітний період. Ця оцінка проводиться шляхом порівняння фактичних даних із плановими в цілому по підприємству, у розрізі його структурних підрозділів або окремих видів продукції (табл. 4.1). При виявленні негативних відхилень необхідно встановити причини неефективного використання виробничого потенціалу.

Таблиця 4.1

Аналіз обсягів виробництва продукції підприємства

Показники	Обсяги виробництва продукції, тис. грн.			Відхилення фактичного випуску продукції за звітний період			
	Минулий період (1-й рік)	Звітний період		Від плану		Від минулого періоду	
		План (2-й рік)	Факт (2-й рік)	+/-, тис. грн.	%	+/-, тис. грн.	%
Товарна продукція	720	760	770	+ 10	+ 1,3	+50	+6,9
А	170	163	170	+ 7	+4,3	–	–
Б	226	307	310	+3	+ 1,0	+84	+37,2
В	324	290	290	–	–	-34	-10,5
Цех № I	435	465	468	+3	+0,6	+33	+7,6
Цех № 2	180	180	186	+6	+3,3	+6	+3,3
Цех № 3	105	115	116	+10	+0,9	+ 11	+10,5

Наступним етапом є *аналіз динаміки обсягу виробництва й реалізації продукції*. Він проводиться за допомогою наступних показників:

- 1) базисних темпів росту й приросту;
- 2) ланцюгових темпів росту й приросту;
- 3) середньорічних темпів росту (приросту).

Темп росту характеризує інтенсивність зміни рівнів динамічного ряду і являє собою кратне відношення рівнів у формі коефіцієнта чи відсотка.

Базисні темпи росту визначаються відносно базисного періоду:

$$Tp_{(б)} = \frac{V_i}{V_0} \cdot 100\%$$

Ланцюгові визначаються відносно попереднього періоду:

$$Tp_{(л)} = \frac{V_i}{V_{i-1}} \cdot 100\%$$

де V_i , V_{i-1} - обсяг виробництва (реалізації) товарів в i -ому та попередньому періоді відповідно;

V_0 - обсяг виробництва (реалізації) товарів за період, прийнятий за базу порівняння.

Темп приросту - це відношення абсолютного приросту до попереднього або початкового рівня. У першому випадку він є ланцюговим, у другому - базисним.

Базисні темпи приросту визначаються за формулою:

$$Tnp_{(б)} = \frac{V_i - V_0}{V_0} \cdot 100\%$$

Ланцюгові визначаються за формулою:

$$Tnp_{(л)} = \frac{V_i - V_{i-1}}{V_{i-1}} \cdot 100\%$$

або

$$Tnp = Tp - 100$$

Середньорічний темп росту (приросту) можна розрахувати за середньою геометричною або середньою арифметичною зваженою.

Якщо використати середньоарифметичну, то середньорічний темп росту (\overline{Tp}) розрахується згідно формули:

$$\overline{Tp}_{(a)} = \frac{Tp_1 + Tp_2 + \dots + Tp_n}{n}$$

Якщо використати середньгеометричну, то середньорічний темп росту (\overline{Tp}) розрахується згідно такої формули:

$$\overline{Tp}_{(г)} = \sqrt[n-1]{Tp_1 \cdot Tp_2 \cdot \dots \cdot Tp_n}$$

де $\bar{T}p$ - середньорічний (середньоквартальний) темп росту

n – кількість періодів;

$Tr_1, Tr_2, ..., Tr_n$ - темп росту відповідного періоду (річні, квартальні).

Відповідно, середні зважені темпи приросту ($\bar{T}np$) можна розрахувати за формулою:

$$\bar{T}np = \bar{T}p - 100$$

Приклад аналізу динаміки виробництва й реалізації продукції наведений в табл. 4.2.

Таблиця 4.2

Аналіз динаміки обсягів виробництва й реалізації продукції підприємства

Рік	Обсяг виробництва, тис. грн.	Темпи росту, %			Обсяг реалізації, тис. грн.	Темпи росту, %		
		Базисні	Ланцюгові	+/-		Базисні	Ланцюгові	+/-
1-й рік	130			–	93	–	–	–
2-й рік.	152	116,9	116,9	–	137	147,3	147,3	-
3-й рік	140	107,7	92,1	-15,6	120	120,0	87,6	-32,4
4-й рік	137	105,4	97,9	-7,5	121	130,1	100,8	-29,3
Разом	559	x	x	x	471	x	x	x

При подальшому аналізі треба розглянути причини, які вплинули на розраховані в попередніх таблицях зміни в обсягах виробництва та реалізації продукції.

На зміну обсягу виробництва продукції впливають фактори, що характеризують використання трудових і матеріальних ресурсів, основних виробничих фондів тощо.

Крім вище переліченого, треба враховувати інші чинники, що впливають на зміну обсягу виробленої та реалізованої продукції, а саме:

- цінові та якісні параметри;
- можливості використання виробничих потужностей;

- рівень фізичного та морального зносу устаткування;
- кваліфікацію кадрів;
- законодавчі, податкові, інвестиційні, регуляторні умови;
- можливості ліцензування тих чи інших видів діяльності і ін.

4.3. Аналіз асортименту й якості продукції

Одним з важливих напрямків аналізу обсягу виробництва продукції й послуг є вивчення його в асортиментно-структурному розрізі.

Під *асортиментом* розуміють перелік найменувань продукції із зазначенням обсягу її виробництва по кожному виду.

Основна мета асортиментної політики полягає в тому, щоб направити підприємство на випуск продукції, що по своїй структурі, споживчим властивостям і якості найбільше відповідає потребам покупців.

Більш вузьким поняттям є *номенклатура* випуску. *Номенклатура* – перелік найменувань виробів і їхніх кодів, установлених для відповідних видів продукції в загальному класифікаторі продукції, робіт і послуг.

Структура – це співвідношення окремих виробів у загальному обсязі виробництва, вираженому здебільшого у відсотках.

Зміна асортименту в порівнянні з планом призводить до асортиментних, а структури випуску — структурних зрушень. Взагалі ці явища тісно пов'язані одне з одним, і тому ми маємо єдині асортиментно-структурні зрушення у випуску продукції.

Стратегічні напрямки асортиментної політики включають своєчасне внесення в товар змін, які підвищують його споживчу цінність або розширюють коло його можливих споживачів (модернізація або модифікація товару) та створення й введення на ринок нових товарів, характерних для даної організації.

Удосконалення асортименту проводиться у наступних напрямках:

- розробка принципово нової продукції, що відрізняється від продукції конкурентів істотною новизною, захищеною патентами;

- розробка продукції з поліпшеними характеристиками;
- модернізація випускаємої продукції;
- скорочення асортименту або зняття з виробництва продукції, що не користується попитом.

У процесі аналізу вивчаються зміни в номенклатурі й асортименті продукції в порівнянні з попереднім роком, а також установлюються причини зміни як залежні, так і не залежні від роботи підприємства.

Якість – це сукупність властивостей продукції обумовлюючих її придатність задовольняти певні потреби відповідно до її призначення.

Якість продукції є показником, що залежить від двох основних груп факторів:

- умов ринкової кон'юнктури;
- внутрішніх ресурсів, які має підприємство.

Якщо підприємство не здатне виробляти продукцію необхідної якості, використовуючи наявні потужності, воно повинне або змінити ринки збуту, або поліпшити виробничу базу.

Інформація, що необхідна для аналізу якості продукції, охоплює практично всі сторони об'єкта (його конструкцію, технологічний процес виготовлення, засоби й предмети роботи, результат виробництва й реалізації, реклама й т.п.).

Основними показники якості, які аналізуються є:

- питома вага нової продукції в загальному її випуску;
- питома вага сертифікованої й несертифікованої продукції;
- питома вага продукції вищої категорії якості;
- питома вага продукції, що відповідає міжнародним стандартам;
- питома вага продукції, що експортується.

4.4. Аналіз ритмічності виробництва і реалізації продукції

При вивченні діяльності підприємства важливим є аналіз ритмічності виробництва й реалізації продукції.

Ритмічність – рівномірний випуск продукції відповідно до графіка в обсязі й асортименті, передбаченому планом.

Ритмічна робота є основною умовою своєчасного випуску й реалізації продукції. Неритмічність погіршує всі економічні показники: знижується якість продукції; збільшуються обсяг незавершеного виробництва й надпланові залишки готової продукції, як наслідок, уповільнюється оборотність капіталу; несвоєчасно надходить виручка; перевитрачається фонд заробітної плати. Все це приводить до підвищення собівартості продукції, зменшенню суми прибутку, погіршенню фінансового стану підприємства.

Для оцінки ритмічності роботи підприємства використовуються наступні показники:

- коефіцієнт ритмічності;
- коефіцієнт варіації;
- коефіцієнт аритмічності;
- питома вага виробництва продукції (надання послуг) за кожну декаду (добу) до місячного, квартального, річного випуску;

Один з найпоширеніших показників є **коефіцієнт ритмічності**.

Його можна визначити як відношення обсягу продукції, зарахованого у виконання прогнозу (плану), до планового випуску продукції.

У табл. 4.3 наведені необхідні дані для розрахунку показників ритмічності.

Таблиця 4.3

Інформація для аналізу ритмічності виробництва

Декади місяця	Обсяг виробництва, грн.		Питома вага, %		Виконання плану, %	Зараховується в рахунок виконання плану	
	План	Факт	План	Факт		Грн.	%
1	2300	2243	33,0	30,0	32,2	2243	32,2
2	2430	2390	34,9	31,9	34,3	2390	34,3
3	2240	2850	32,1	38,1	40,9	2240	32,1
Разом	6970	7483	100,0	100,0	107,4	6873	98,6

Висновок: Аналізуючи дані таблиці, можна зробити висновок, що фактичний обсяг виробництва був більше, ніж плановий на 7,4 %, що становило 513 грн. Поряд з цим, фактична структура виробництва по декадах місяця значно змінилася в порівнянні із плановою. Так, в 1-й і в 2-й декадах план недовиконаний на 3%, в 3-й - перевиконаний на 6%. За рахунок цього у виконання плану зараховано менше 98,6% від загального обсягу виробництва.

Коефіцієнт ритмічності за даними табл. 4.3 становить:

$$K_{\text{ритм}} = 32,2\% + 34,3\% + 32,1\% = 98,6\% \quad \text{або} \quad K_{\text{ритм}} = \frac{6873}{6970} \cdot 100\% = 98,6\%$$

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

Показник аритмічності розраховується як сума позитивних і негативних відхилень у випуску продукції від плану за кожний день (тиждень, декаду). Чим менш ритмічно працює підприємство, тим вище показник аритмічності. Коефіцієнт аритмічності розраховується:

$$K_{\text{аритм}} = 1 - K_{\text{ритм}} = 1 - 0,986\% = 0,014$$