

*Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет*

**КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, ПІДПРИЄМНИЦТВА
ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

Індивідуальна тема: «Економічний аналіз стану підприємства»

Спеціальність 051 «Економіка»

Освітня програма 6.051.00.06 «Економіка і бізнес»

Завідувач кафедри: _____ / О.І. Карінцева /

Керівник роботи: _____ / О.В. Шкарупа /

*Виконавець: _____ / Р.І. Шенцев /
П.І.Б.*

Група: Ез-72С

Суми 2021 р.

Зміст

Анотація.....	3
Вступ.....	4
1. Теоретичні основи здійснення економічного аналізу.....	6
1.1. Предмет, зміст та принципи економічного аналізу.....	6
1.2. Організація і етапи економічного аналізу.....	12
2. Методика і методи економічного аналізу виробництва та реалізації продукції.....	14
2.1. Методика і методи економічного аналізу.....	14
2.2. Аналіз обсягу виробництва і реалізації продукції.....	19
3. Оцінка і аналіз виробництва та реалізації продукції на підприємстві.....	22
3.1. Аналіз обсягу виробництва та реалізації продукції підприємства	
3.2. Шляхи покращення економічного аналізу підприємства.....	33
Висновки.....	36
Список використаної літератури.....	38

Анотація

Випускна кваліфікаційна робота бакалавра на тему «Економічний аналіз стану підприємства» складається із трьох розділів, міститься на 44 сторінках, має 5 формул, 5 таблиць, 40 джерел літератури.

У першому розділі кваліфікаційної роботи бакалавра «Теоретичні основи здійснення економічного аналізу» розкриті предмет, зміст та принципи економічного аналізу, а також організація та етапи економічного аналізу.

У другому розділі «Методика і методи економічного аналізу виробництва та реалізації продукції» описані методика, методи економічного аналізу та проведений аналіз обсягу виробництва і реалізації продукції.

У третьому розділі «Оцінка і аналіз виробництва та реалізації продукції на підприємстві» проведений аналіз обсягу виробництва і реалізації продукції підприємства та показані шляхи покращення економічного аналізу підприємства.

Мета кваліфікаційної роботи бакалавра - аналіз виробництва продукції і її реалізації на підприємстві.

Предмет дослідження – діяльність підприємства з виробництва та реалізації продукції.

Метод дослідження – аналіз, порівняння наведених даних і матеріалів.

Ключові слова: економічний аналіз, виробництво, реалізація, методика, методи, підприємство, продукція, прибуток.

Вступ

Сучасний розвиток економіки супроводжується постійним підвищенням значущості теоретичних і практичних проблем ефективності розвитку, що обумовлені трансформаційними процесами, цифровізацією та рухом суспільства в напрямку сталого розвитку [31, 36, 37, 39, 40]. Дедалі очевиднішою стає роль ефективності розвитку як одного з найважливіших багатовимірних системних категорій, яка проявляється одночасно як критерій і необхідна умова, що визначає розвиток підприємств по шляху науково-технічного та інноваційного прогресу. При цьому найважливішим підґрунтям ефективного розвитку є економічний аналіз діяльності певного підприємства, який дає можливість приймати відповідні управлінські рішення.

При забезпеченні успішної роботи на ринку, створення належного іміджу, потрібен якісний комплексний аналіз всіх показників господарської діяльності, що відповідатиме сучасним вимогам ринкової економіки. Результати цього аналізу дадуть можливість розробити рекомендації щодо прийняття вірних управлінських рішень, які будуть спрямовані на ліквідацію деяких проблем та підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Проведення економічного аналізу господарської діяльності підприємства сприяє раціональному проведенню структурної та інвестиційної політики, розвитку конкурентоспроможного ринкового середовища. Економічний аналіз є умовою реструктуризації підприємства, визначення рівня його ділової активності і запобігає банкрутству.

Проведення аналізу – є достатньо трудомістким процесом, що потребує узагальнення великих обсягів інформації.

Тільки ті підприємства, що володіють досконалою системою аналітичних досліджень, можуть уникнути необґрунтованого ризику в прийнятті господарських рішень та швидко адаптуватися до змін ринкового середовища.

Так, відсутність кваліфікованого економічного аналізу, може спричинити руйнівні процеси в економіці, не тільки конкретного підприємства, а й в цілому країни.

1. Теоретичні основи здійснення економічного аналізу

1.1. Предмет, зміст та принципи економічного аналізу

Система спеціальних знань, які шляхом розчленування цілого на складові та виокремлення деяких сторін, властивостей, направлена на дослідження економічних явищ і процесів в їхній взаємозалежності, що формується під впливом деяких економічних законів із науковим обґрунтуванням завдань і договорів, оцінкою їхнього виконання, визначення величини дії негативних та позитивних чинників, невикористання резервів та розроблення пропозицій щодо генерування оптимальних управлінських рішень, що спрямовуються на підвищення ефективності виробництва – це економічний аналіз.

Головні риси економічного аналізу – це:

- практична цінність аналізу та цільова спрямованість;
- аналітичне багатоваріантне забезпечення цільових запитів користувача, яке дає можливість формування поля вибору управлінських рішень на рейтинговій основі;
- дослідження та розвиток економічних явищ та процесів;
- оцінка конкурентоспроможності та прибутковості як головних критеріїв ефективності розвитку [11].

Зміст економічного аналізу утворюється із:

- визначення конкретного завдання дослідження деяких процесів чи явищ господарсько-фінансової діяльності підприємства;
- комплексної оцінки взаємозалежності процесів;
- аналіз наслідків і причин зв'язків;
- розрахунок величини впливу чинників на кінечний показник;
- розгляд пріоритетних напрямків розвитку;
- оцінка обґрунтованості і дієвості реалізації управлінських рішень [30].

Основним джерелом інформації аналізу була звітність підприємства. Були утворені численні методики аналізу діяльності різних галузей промисловості і других галузей народного господарства. Так, у результаті цього, виникла потреба у їхній класифікації. Головна ознака групування – це поділ окремих видів аналізу залежності від часу його проведення. Так, можна виділити, наступні види аналізу:

- ретроспективний;
- оперативний;
- попередній [19].

На сьогодні, більш розвинутим є ретроспективний або наступний аналіз. До нього входять шість видів економічного аналізу.

Фінансово-економічний аналіз – виконується вже після закінчення кварталу чи року, підставою є відповідний звіт підприємства. Вивчаються та оцінюються показники прибутку і рентабельності та продажу продукції, показники фінансового стану підприємства, рух грошових коштів і капіталу. Цей аналіз звичайно проводять фінансові і банківські установи, наукові і посередницькі організації.

Техніко-економічний аналіз – більш різнобічний і змістовний аналіз. Ще його називають внутрішньо-господарським аналізом. Він вивчає дані про використання технологій і техніки, матеріальні ресурси підприємства. Для проведення цього виду аналізу використовують дані первинного бухгалтерського обліку і інші джерела інформації. Він має значну галузеву специфіку [26].

Статистико-економічний аналіз – вивчає діяльність великих господарських комплексів, регіонів, галузей народного господарства країни. Головне інформаційне джерело – це статистична звітність підприємства, статистичні збірники та обстеження. Методика даного аналізу – це статистичні методи дослідження й обробки інформації.

Порівняльний аналіз – використовує для своїх потреб більший обсяг інформації, ніж попередні два аналізи. Він обмежується даними кількох

споріднених підприємств. Завдячуючи додатковим зіставленням даних і орієнтації на показники кращих підприємств галузі він дає змогу отримати більш обґрунтовану оцінку роботи підприємства. Так, він виступає як один із найкращих засобів пошуку і обґрунтування внутрішньогосподарських резервів виробництва [32].

Функціонально-вартісний аналіз – це новий вид аналізу, методика його розрахунку ще недосконала. Він вивчає показники випуску і експлуатації певних видів продукції. Функціонально-вартісний аналіз концентрує увагу на показниках використання продукції, ефективності її застосування в користувача. Цей вид аналізу основні резерви бачить у вдосконаленні конструкції виробу, оптимізації його деяких функцій, виявлення його зайвих чи слабких функціональних можливостей. Все це дасть змогу налагодити виробництво високоефективної техніки та скоротити витрати виробництва. Труднощі проведення такого аналізу – це відсутність налагодженої системи збирання інформації від користувача продукції.

Системний аналіз – застосовується для дослідження складних економічних проблем, великих виробничих комплексів та важливих народногосподарських проектів. Для більш продуктивного проведення даного аналізу він проводиться бригадою фахівців із різних галузей знань.

Оперативний аналіз – проводиться на підприємстві та його підрозділах безпосередньо у процесі господарської діяльності. Основна інформація для проведення аналізу постачається оперативним обліком, який включає пасивне очікування звітних даних. Оперативний аналіз сприяє своєчасному виявленню негативних явищ, що дає можливість реально покращити результат роботи підприємства. Інформація для проведення оперативного аналізу одержується по каналах автоматизованих систем управління та опрацьовується з застосуванням стандартних програм.

Прогнозний аналіз – почав використовуватися як техніко-економічне обґрунтування майбутніх підприємств. Він передуює виробничим подіям, передбачає їхні наслідки, оцінює їхню ефективність. Його результат

подається як планова калькуляція для нових видів продукції, як сума економічного ефекту від освоєння нової техніки, запровадження новітньої технології, автоматизації і механізації виробництва, як комплекс рекомендацій для розробки різних програм чи формування політики. Даний аналіз проводять працівники наукових і проектних організацій та установи державного управління [30, 31].

Аудиторський аналіз – він дає експертну діагностику фінансового стану підприємства. Проводиться аудиторами чи аудиторськими фірмами для оцінки фінансової стійкості підприємства, його платоспроможності, прогнозування фінансового стану, щоб уникнути банкрутства.

Соціально-економічний аналіз – здійснюється економічними службами, соціологічними лабораторіями, статистичними органами.

Економіко-екологічний аналіз – вивчає взаємодію економічних і екологічних процесів, витрати з збереженням і покращенням навколишнього середовища.

Маркетинговий аналіз - виконується службами маркетингу підприємства для дослідження ринку збуту продукції, конкурентоспроможності продукції, попиту і пропозицій, комерційного ризику, цінової політики.

Моніторинг – проведення постійного дослідження функціонування новацій в конкретному середовищі господарського механізму [2].

Порівняльний аналіз – використовується для оцінки виконання завдань, договорів, прогнозованих показників.

Так, за вищеописаним, можна класифікувати види економічного аналізу.

За періодом дослідження економічний аналіз є:

- попередній;
- наступний (оперативний та підсумковий).

За просторовою ознакою:

- внутрішньогосподарським;

- міжгосподарським.

За ступенем охоплення об'єктів:

- комплексний;
- тематичний.

За об'єктами управління:

- техніко-економічний;
- статистико-економічний;
- фінансово-економічний;
- аудиторський;
- соціально-економічний;
- економіко-екологічний;
- маркетинговий;
- моніторинг.

За методикою вивчення об'єктів:

- порівняльний;
- діагностичний;
- факторний;
- маржинальний;
- функціонально-вартісний;
- стохастичний.

За суб'єктами:

- внутрішній;
- зовнішній.

Розглянемо принципи економічного аналізу.

Перший принцип економічного аналізу – це принцип науковості. Принцип науковості він передбачає глибоке пізнання реальності функціонування економічної системи, дію факторів, використання наукової методики і організації аналітичних досліджень.

Другий принцип економічного аналізу – це принцип системності.

Принцип системності передбачає дослідження економічних явищ і процесів як складної системи. Так, у аналізі не треба недооцінювати значення окремого елемента системи, оскільки зміна спричиняє зміни у цілій системі. Системність економічного аналізу найбільше реалізується у єдності оцінок політичного, економічного, соціального, екологічного, науково-технічного і інших аспектів.

Третій принцип економічного аналізу – принцип комплексності. Принцип комплексності тісно співпрацює із принципом системного підходу, має вузьке значення.

Четвертий принцип економічного аналізу – принцип конкретності та дієвості. Принцип конкретності і дієвості економічного аналізу - це безпосередня цільова спрямованість дослідження на конкретну практику і результативність в досягненні мети.

Наступний принцип економічного аналізу – принцип рейтингової оцінки. Принцип рейтингової оцінки має на меті визначення пріоритетів в досягненні мети, черговості виконання заходів, що направлені на цільову зміну і розвиток економічної системи. Рейтингову оцінку проводять по критеріях, що визначають кінцеву мету роботи економічної системи.

Останній принцип економічного аналізу – принцип демократичності. Принцип демократичності масовості економічного аналізу передбачає участь у аналітичному процесі зацікавлених осіб. Він дає можливість найбільш повного виявлення наявних резервів і недоліків, приймати більш виважені рішення [15, 38, 39].

Дотримання цих принципів економічного аналізу є необхідною умовою здійснення аналітичних досліджень, запорукою досягнення поставленої мети.

1.2. Організація і етапи економічного аналізу

Організація – це створення постійної системи для виконання будь-яких робіт чи досягнення певної кінцевої мети. Організація включає в себе:

- розробку загальних засад та порядку проведення аналізу, планування роботи окремих її елементів і етапів;
- наукове і методичне та матеріальне забезпечення;
- загальне керівництво, прийом виконаних аналітичних робіт, їх оформлення і контроль за впровадженням в виробництво розроблених заходів із метою покращення діяльності підприємства [20].

Планування – це початок аналітичної роботи підприємства. Виділяють загальний план аналітичної роботи і план конкретних аналітичних робіт. Загальний план роботи складається на один рік, його розбивають по кварталах. У ньому виділяють наступні розділи господарської діяльності – це періодичність і терміни проведення роботи, виконавці, технічні засоби і джерела інформації, які треба для проведення аналізу.

Головний економіст виконує загальне керівництво аналітичною роботою підприємства. Виконавцями аналізу на підприємстві є плановик, економіст, бухгалтер. Коли аналіз виконують сторонні організації тоді аналітичну роботу проводять аудитор, банківський працівник, ревізор [21].

Аналіз проводиться економічними підрозділами підприємства.

Визначаючи зміст аналітичної роботи і терміни її проведення, враховують наявність готового матеріалу для аналізу, трудомісткість збирання і опрацювання різноманітної інформації та час виконання окремих етапів роботи. Виділяють три етапи:

- попередній,
- основний;
- підсумковий.

Попередній етап – загальне ознайомлення із справами, визначається ступінь виконання плану за основними показниками, проводиться попередня оцінка роботи.

Основний етап – вивчення і опрацювання додаткової інформації, заповнення різних таблиць, виконання розрахунків, визначення факторів, пошук резервів виробництва.

Підсумковий етап – узагальнення результатів аналізу, зведення резервів виробництва, надається підсумкова оцінка діяльності підприємства, розробка конструктивних заходів для покращення роботи і використання виявлених резервів виробництва.

Найбільш трудомістким є основний етап. Термін здійснення аналізу залежний від затвердженої програми, від вміння користуватися готовими аналітичними матеріалами. Та, при цьому, треба завжди критично оцінювати зібрані матеріали [20].

Всі зібрані під час проведення аналізу матеріали, таблиці, розрахунки впливу факторів і резервів на останньому етапі узагальнюють і письмово оформляють в вигляді довідок, актів перевірок, доповідних, аналітичних чи пояснювальних записок до звітів.

2. Методика і методи економічного аналізу виробництва та реалізації продукції

2.1. Методика і методи економічного аналізу

Метод економічного аналізу – це системне, комплексне і безперервне вивчення, оцінка і узагальнення впливу факторів на результат діяльності економічного об'єкту шляхом опрацювання спеціальними прийомами відповідної інформації з метою обґрунтування і прийняття оптимальних управлінських рішень для підвищення ефективності виробництва [14].

Системний підхід до аналізу економічних явищ і процесів виражається у комплексному вивченні економічних, організаційних, технічних, технологічних факторів, у застосуванні системи показників для аналізу [25].

Принципи системного аналізу:

- чітке формулювання кінцевої мети аналізу;
- розгляд проблеми, яка досліджується, як єдиної системи, що є часткою системи вищого порядку;
- виявлення щонайбільшої кількості наслідків рішення проблем;
- виявлення і аналіз альтернативних шляхів вирішення проблеми або досягнення мети;
- мета окремих підрозділів не повинна суперечити загальній меті або усій програмі [6, 11, 20].

Результат аналізу є рекомендація із впровадження організаційно-технічних заходів, що спрямовуються на підвищення ефективності виробництва, фінансове оздоровлення підприємства, запобігання банкрутства [4].

Проведення економічного аналізу виконується з допомогою декількох прийомів. Перерахуємо декілька методів економічного аналізу.

Перший, це неформалізований метод:

- розробка системи показників;
- метод порівняння;
- побудова аналітичних таблиць;
- прийом деталізації;
- метод експертних оцінок;
- метод читання і аналізу фінансової звітності.

Другий метод – це формалізований:

- елементарні методи мікроекономічного аналізу;
- традиційні методи економічної статистики;
- методи теорії прийняття рішень;
- методи фінансових вираховувань;
- математико-статистичні методи вивчення зв'язків.

Традиційний метод:

- метод порівняння;
- метод елімінування;
- статистичні методи;
- балансові методи.

Графічний метод:

- аналітичні, ілюстративні, інформаційні графіки;
- крапкові, лінійні, площинні, просторові графіки;
- метод побудови аналітичного графіку.

Метод комплексної економічної оцінки:

- метод детермінованої комплексної оцінки;
- метод стохастичної комплексної оцінки.

Економіко-математичні методи і моделі:

- метод кореляційно-регресійного аналізу;
- метод математичного програмування;
- матричні методи і моделі;
- ін. економіко-математичні методи і моделі.

Метод експертної оцінки:

- метод колективних експертних оцінок;
- метод «мозкового штурму»;
- морфологічний метод аналізу;
- метод колективного блокноту;
- метод контрольних запитань.

Методикою економічного аналізу – сукупність способів і правил більш доцільного виконання конкретних робіт. На відміну від методів економічного аналізу як загального підходу до вивчення соціально-економічних процесів, його методика – є сукупністю спеціальних прийомів дослідження соціально-економічної інформації. Методика має у своєму складі систему вимог і правил, які гарантують ефективне застосування методу. Методика – це практичний додаток методу аналізу, його принципів і прийомів, призначена для розгляду управлінських процесів, реалізації і виявлення резервів підвищення ефективності господарювання, прийняття оптимальних рішень з управління економікою [10].

Тобто, методика економічного аналізу – це методологічні поради і накази щодо виконання аналітичного дослідження. Методика економічного аналізу – це послідовність виконання аналітичної роботи і способи дослідження [17].

Етапи комплексного аналізу господарської діяльності підприємства:

- уточнення мети, завдань та складання плану проведення аналізу;
- розробка системи показників для проведення характеристики предмету аналізу;
- збір і перевірка інформації;
- порівняння показників;
- виділення чинників і визначення їхнього впливу на результат діяльності підприємства;
- виявлення не використаних резервів зростання ефективності виробництва;

- оцінка результатів діяльності підприємства і розробка заходів на залучення невикористаних резервів [13].

Важливим елементом методики економічного аналізу є його способи і прийоми. Сам вибір способу проведення аналізу залежний від його мети і масштабу, предмету дослідження та технічного засобу для розрахунку.

Найчастіше застосовуються, наступні, способи аналізу.

Порівняння – науковий метод пізнання, в процесі якого невідоме явище, яке вивчають, зіставляється із вже раніш відомим, із метою визначення загальних рис чи різниці між ними. При ньому вивчаються зміни предмету дослідження, тенденції і закономірності його розвитку.

Порівняння – це початкова стадія аналізу. Після його проведення повинні бути вивчені причини відхилень і надана оцінка [12].

Порівняння використовується для загальної оцінки показника.

У практиці проведення аналізу широко використовуються середні і відносні величини.

Відносні величини – це коефіцієнти і відсотки. Відсотки мають застосування при вивченні ступеню виконання плану, структурних показників, рівня витрат та рентабельності. Коефіцієнти – це співвідношення двох показників, один із яких приймається за 1. У економічному аналізі використовуються наступні коефіцієнти:

- коефіцієнт змінності обладнання;
- фондоддача;
- фондоозброєність;
- механоозброєність;
- енергоозброєність [9, 27, 33, 34].

Види відносних величин:

- відносна величина планового завдання;
- відносна величина виконання плану;
- відносна величина динаміки;
- структура;

- координація;
- інтенсивність;
- ефективність.

Відношення планового рівню показника поточного року до його рівню в тому році або до середнього рівню за кілька попередніх є відносною величиною планового завдання.

Відношення фактичного рівню показника до його планового є відносною величиною виконання плану.

Ділення величин показника поточного періоду на його рівень в попередньому році так розраховується відносна величина динаміки. Вона може розраховуватися як ланцюгова так і базисна. Ділення кожного рівню динамічного ряду на рівень базисного періоду так розраховується базисна величина. Діленням рівню кожного наступного періоду на попередній так розраховується ланцюгова величина [19].

Відносна доля частини у цілому – це показник структури.

Співвідношення частин цілого між собою є відносною величиною координації.

Ступінь розповсюдженості , розвитку певного явища в відповідному середовищі – це відносна величина інтенсивності [11, 20, 30].

Співвідношення ефекту із ресурсами або затратами - це відносна величина ефективності.

Приєм групвань він дозволяє встановити напрям і характер взаємного зв'язку між показниками, що аналізуються.

Простоту і наочність сприйняття і засвоєння одержаної інформації забезпечує графічний спосіб [16].

Поміж показниками виникає балансова залежність і взаємна обумовленість. Найбільша загальна балансова залежність це залежність між господарськими засобами і їхніми джерелами.

Глибоко проаналізувати матеріальні і трудові ресурси, доходи і витрати підприємства можна при допомозі балансового методу [23].

Модифікаційний прийом – прийом різниць. Цей прийом часто використовується на практиці.

Прийом пропорційного ділення – він є однією із модифікацій.

Інтегральні показники, також використовують у економічному аналізі.

Індексний метод, він заснований на відносних показниках динаміки, просторових порівнянь, виконання плану, що відображають відношення фактичного рівня показника звітного періоду до його рівня у базисному періоді [22].

Способи стохастичного аналізу – методика дослідження чинників, зв'язок яких із результативним показником є неповним, ймовірним.

Так, удосконалення прийомів, які запозичені із математики, математичної статистики виконується науками, що їх породили. Економічний аналіз лиш пристосовує ці прийоми до вивчення свого предмету. І з цією метою він вносить у них деякі зміни і приводить до єдиної системи [11].

2.2. Аналіз обсягу виробництва і реалізації продукції

Планування випуску продукції її облік і аналіз здійснюється у натуральних і вартісних одиницях.

Одиниці виміру обсягу продукції у натуральному вираженні:

- конкретні;
- умовно-натуральні;
- подвійні натуральні показники.

Так, у процесі аналізу випуску продукції визначають:

- відсоток виконання плану

$$\text{Відсоток виконання плану} = \text{Факт. дані} / \text{План. дані} * 100\%, \quad (2.1.)$$

- динаміка випуску у діючих і порівняних цінах

Динаміка в діючих цінах = Факт. випуск звітнього періоду / Факт. випуск минулого періоду * 100%, (2.2.)

Динаміка в порівняних цінах = Факт. випуск у порівняних цінах / Факт. випуск минулого періоду * 100%, (2.3.)

Обсяг продукції в вартісному, визначають показником обсягу промислової у:

- оптовій ціні підприємства без податку на додану вартість і акцизного збору ;
- діючій ціні звітнього року;
- порівнянних цінах.

При аналізі вивчають наступні аспекти виробництва і дають їм певну оцінку:

- напруженість виробничої програми;
- обсяг продукції у порівнянні до виробничого завдання;
- виконання державного контракту в державного замовлення на поставку продукції;
- динаміка промислової продукції;
- зміни в структурі випущеної продукції, номенклатурі, асортименті.

Для оцінки напруженості виробничої програми вивчають повноту використання підприємством своїх потенційних можливостей, які закладені в виробничі потужності [10, 24].

Виробнича потужність підприємства характеризує максимально можливий річний обсяг випуску продукції за завчасно визначеною номенклатурою, асортиментом, якістю при умові більш повного використання обладнання і виробничої площі, застосування прогресивних технологій і організації виробництва .

Оцінювання обсягу продукції проходить методом порівняння фактичних показників випуску продукції за звітний період з виробничими завданнями, що враховують державні замовлення та контракти, прямі договори із фактичними показниками попередніх періодів [11].

Важливий елемент аналітичної роботи із дослідження виробничої програми підприємства є оцінка виконання плану із номенклатури і асортименту [5].

Номенклатура – перелік найменувань виробів з зазначеними кодами згідно з загальнодержавними статистичним класифікатором продукції.

Асортимент – сукупність різновидів продукції кожного найменування, які відрізняються відповідними техніко-економічними показниками. Асортимент буває: повний, груповий і внутрішньо груповий.

Аналіз з виконання завдання за номенклатурою проводиться методом порівняння фактичного і планового випуску продукції за виробами, що включені до основного переліку [19].

Оцінка по виконанню плану із асортименту проводять способом найменшого відсотка або оцінкою позицій асортименту або середнім відсотком [18].

Також, аналіз передбачає вивчення і виявлення причин, що впливають на виконання завдання із асортименту. Їх ділять на внутрішні і зовнішні [28].

Як та наскільки рівномірно виконується завдання із випуску деяких видів продукції залежить структура продукції [29].

Успішне виконання виробничої програми підприємства та його договорів залежить від ритмічності виробництва.

Ритмічність виробництва – це випуск продукції у відповідності до плану у обсязі і асортименті, що передбачені планом.

Реалізація продукції – важлива завершальна стадія кругообігу коштів підприємства.

3. Оцінка і аналіз виробництва та реалізації продукції на підприємстві

3.1. Аналіз обсягу виробництва та реалізації продукції підприємства

Кожне підприємство створюється для досягнення наступних цілей:

- одержання прибутку;
- задоволення потреб юридичних осіб, фізичних осіб в послугах, роботах, які надаються і виконуються підприємством

- задоволення соціальних і економічних потреб і інтересів власників і членів трудових колективів.

Предметом діяльності досліджуваного нами підприємства є наступне:

- операції із оброблення металу;
- оптова торгівля обладнанням, промисловими товарами і товарами народного споживання;

- оптова торгівля;
- роздрібна торгівля промисловими товарами;
- зовнішньоекономічна діяльність;
- здавання майна під найм;
- виробництво дерев'яних панелей;
- лісопилльне і стругальне виробництво, просочування, висушування деревини;

- виробництво теслярських та столярних виробів;
- покриття і оброблення металу;
- ремонт, монтаж, установлення верстатів, насосів, компресорів, гідравлічних систем, електро-обчислювальних машин і іншого обладнання;

- виробництво меблів;
- роботи із завершення будівництва та загальне будівництво;
- торгівля деревиною і будівельними матеріалами;

- перевезення вантажу автомобільним транспортом [20, 35];
- фінансовий лізинг і фінансове посередництво;
- розробки і дослідження у галузі технічних і природничих наук;
- дослідження ринку;
- пакувальні роботи та складування матеріалів.

Підприємство виготовляє наступну продукцію:

- напольні доски;
- плінтаса;
- євровагонку;
- вагонку;
- двері;
- наличники.

Проаналізуємо і дамо оцінку виконанню плану із виробництва продукції за 2019 рік.

Таблиця 3.1. – Аналіз виконання плану з виробництва продукції підприємством за 2019 рік

Вироби	Обсяг випуску продукції, млн. грн.			
	План	Факт	Відхилення (+, -)	% до плану
1	2	3	4	5
Напольна доска	59000	59265	+ 265	+0,45
Євровагонка	26500	25510	-990	- 3,7
Плінтус	55300	53100	-2200	- 3,98
Наличник	65320	66356	+ 1036	+ 1,6
Двері	50000	51065	+ 1065	+ 2,1
Вагонка	49562	48265	-1297	- 2,62
ВСЬОГО	305682	303561	-2121	- 0,69

Тепер, розрахуємо відхилення і відсоток виконання плану за наступними формулами:

$$\text{Відхилення} = \text{факт} - \text{план}, \quad (3.1)$$

$$\text{Напольна доска} = 59265 - 59000 = 265 \text{ млн. грн.};$$

$$\text{Євровагонка} = 53100 - 53200 = -100 \text{ млн. грн.};$$

$$\text{Плінтус} = 53100 - 55300 = -2200 \text{ млн. грн.};$$

$$\text{Наличник} = 66356 - 65320 = 1036 \text{ млн. грн.};$$

$$\text{Двері} = 51065 - 50000 = 1065 \text{ млн. грн.};$$

$$\text{Вагонка} = 48265 - 49562 = -1297 \text{ млн. грн.};$$

$$\text{ВСЬОГО} = 303561 - 305682 = -2121 \text{ млн. грн.}.$$

$$\% \text{ виконання плану} = \text{факт} / \text{план} * 100 \%, \quad (3.2.)$$

$$\text{Напольна доска} = 59265 / 59000 * 100 = 100,5 \%;$$

$$\text{Євровагонка} = 53100 / 53200 * 100 = 99,8 \%;$$

$$\text{Плінтус} = 53100 / 55300 * 100 = 96,0 \%;$$

$$\text{Наличник} = 66356 / 65320 * 100 = 101,6 \%;$$

$$\text{Двері} = 51065 / 50000 * 100 = 102,1 \%;$$

$$\text{Вагонка} = 48265 / 49562 * 100 = 97,4 \%;$$

$$\text{ВСЬОГО} = 303561 / 305682 * 100 = 99,3 \%$$

Тоді, фактичний випуск продукції у 2019 році порівняно із планом упав на 2121 млн. грн., що дорівнює 0,7 %.

Проводячи аналіз по виробках, маємо:

- фактичний випуск напольної доски у 2019 році порівняно із планом піднявся на 265 млн. грн., 0,45 %;
- євровагонка – випуск упав на 990 млн. грн., 3,8 %;
- плінтус – випуск упав на 200 млн. грн., 3,98 %;
- наличник – випуск підвищився на 1036 млн. грн., 1,6 %;

- двері – випуск піднявся на 1065 млн. грн., 2,1 %;
- вагонка – випуск упав на 1297 млн. грн., 2,6 %.

Підприємство повинне враховувати, при формуванні асортименту, по-перше, попит на дані види продукції, по-друге, більш ефективно використання трудових, матеріальних, технічних, технологічних, фінансових і ін. ресурсів, що є на підприємстві.

Виконання плану оцінюється за асортиментом продукції, при цьому, проводиться при допомозі одноіменного коефіцієнта, що визначається шляхом ділення загального фактичного випуску продукції, зарахованого у виконання плану за асортиментом, на загальний плановий випуск продукції. Так, провівши аналіз виконання плану за асортиментом, бачимо, що план виконаний на 98,5 %:

$$K_{ас.} = 301195 / 305682 * 100 \% = 98,5 \%$$

Коли провести аналіз по виробках, тоді відсоток виконання плану за асортиментом буде таким:

- напольна дошка – 100,5 %;
- євровагонка – 96,3 %;
- плінтус – 96,1 %;
- наличник – 101,6 %;
- двері – 102,1 %;
- вагонка – 97,4 %.

Таблиця 3.2. – Виконання плану за асортиментом продукції

Вироби	Обсяг виробництва продукції у планових цінах, млн. грн.		% виконання плану	Обсяг виробництва продукції, зарахований у виконання плану за асортиментом, млн. грн.
	План	Факт		
1	2	3	4	5
Напольна дошка	59000	59265	100,5	59000
Євровагонка	26500	25510	96,3	25510
Плінтус	55300	53100	96,1	53100
Наличник	65320	66356	101,6	65320
Двері	50000	51065	102,1	50000
Вагонка	49562	48265	97,4	48265
ВСЬОГО	305682	303561	99,3	301195

Ритмічність виробництва, що характеризує в часі динаміку випуску окремих видів продукції в загальному обсягу продукції підприємства, яка визначається показником питомої ваги даного виду продукції в загальному її обсягу є дуже важливою умовою. Розраховується питома вага діленням частини сукупності на всю сукупність, помножена на сто відсотків.

Таблиця 3.3. – Аналіз ритмічності випуску продукції за декадами

Декада	Випуск продукції за рік, млн. грн.		Питома вага, %		Зараховується до виконання плану, %
	План	Факт	План	Факт	
1	2	3	4	5	6
1	102256	99255	33,5	32,7	32,7
2	101758	100397	33,3	33,1	33,1
3	101668	103909	33,3	34,2	33,3
ВСЬОГО	305682	303561	100	100	99,1

Розраховуємо питому вагу за декадами за планом і фактом.

$$1 \text{ декада (за планом)} = 102256 / 305682 * 100 \% = 33,5 \%$$

$$2 \text{ декада (за планом)} = 101758 / 305682 * 100 \% = 33,3 \%$$

$$3 \text{ декада (за фактом)} = 101668 / 305682 * 100 \% = 33,3 \%$$

$$1 \text{ декада (за фактом)} = 99255 / 303561 * 100 \% = 32,7 \%$$

$$2 \text{ декада (за фактом)} = 100397 / 303561 * 100 \% = 33,1 \%$$

$$3 \text{ декада (за фактом)} = 103909 / 303561 * 100 \% = 34,2 \%$$

Звідси, бачимо, що питома вага фактично виготовленої продукції у 1 декаді дорівнює 32,7 %, це менше плану на 0,8 %, 2 декада – фактична питома вага – 33,1 %, це менше планового показника на 0,2 %, 3 декада – фактична питома вага – 34,2 %, це більше планового показника на 0,97 %. Робимо висновок, підприємство працювало неритмічно.

Величина коефіцієнту ритмічності розраховується додаванням усіх ваг за фактором на кожен період, та не більше планового їх рівня:

$$32,7 + 33,1 + 33,3 = 99,03 \%$$

$$\text{Коефіцієнт ритмічності} : 99,03 \% / 100\% = 0,99.$$

Чим ближче коефіцієнт ритмічності до одиниці, тим ритмічніше виконується графік виробництва.

Розрахуємо коефіцієнт варіації по формулі:

$$K \text{ вар} = \frac{\sqrt{\sum \Delta x^2 / n}}{X_{пл}} = \frac{\sqrt{[(-3001)^2 + (-1361)^2 + (2241)^2] / 3}}{101894} = 0,02$$

Коефіцієнт варіації дорівнює 2 %. Випуск продукції по декадах відхиляється від графіку у середньому на 2 %.

Основним напрямком діяльності підприємства є торгівля. Підприємство закупає деревообробні обладнання і інструмент у Німеччині, Японії та Китаю.

Аналіз реалізації продукції починається із перевірки планового обсягу. На сам обсяг реалізації продукції мають вплив більше ніж 500 факторів. Виконання планів реалізації характеризується асортиментом, обсягом, якістю, структурою і напрямками реалізації продукції, ступенем виконання договору з споживачем та інші показники.

Таблиця 3.4. – Аналіз виконання плану з реалізації продукції підприємством у 2019 році

Продукція	Обсяг реалізації продукції, млн. грн.			
	План	Факт	Відхилення (+, -)	% до плану
1	2	3	4	5
CG05MFA3	2652	2752	+ 100	+ 3,8
CG01MEB3	2150	2093	-57	-2,7
CG01MFJ3	1528	1752	224	+14,7
SV05MDBA3	2563	2462	-101	-3,9
SV05MDCA3	1256	1305	+49	+3,9
SV05MDDA3	925	964	+39	+4,2
SV05MDEA3	3022	2667	-355	-11,7
LI6MAA3	2954	2655	-299	-10,1
LI25M31EA3	1039	1588	+549	+52,8

1	2	3	4	5
LI25M31EB3	2087	1956	-131	-6,3
LU3D0600	2956	2995	+39	+1,3
LU3D0700	651	666	+15	+2,3
ВСЬОГО	23783	23855	+72	0,3

Розрахуємо відхилення і відсоток виконання плану по кжному із видів продукції:

$$\text{Відхилення} = \text{факт} - \text{план}$$

$$\text{CG05MFA3} = 2752 - 2652 = 100 \text{ млн. грн.};$$

$$\text{CG01MEB3} = 2093 - 2150 = -57 \text{ млн. грн.};$$

$$\text{CG01MFJ3} = 1752 - 1528 = 224 \text{ млн. грн.};$$

$$\text{SV05MDBA3} = 2462 - 2563 = -101 \text{ млн. грн.};$$

$$\text{SV05MDCA3} = 1305 - 1256 = 49 \text{ млн. грн.};$$

$$\text{SV05MDDA3} = 964 - 925 = 39 \text{ млн. грн.};$$

$$\text{SV05MDEA3} = 2667 - 3022 = -355 \text{ млн. грн.};$$

$$\text{LI6MAA3} = 2655 - 2954 = -299 \text{ млн. грн.};$$

$$\text{LI25M31EA3} = 1588 - 1039 = 549 \text{ млн. грн.};$$

$$\text{LI25M31EB3} = 1956 - 2087 = -131 \text{ млн. грн.};$$

$$\text{LU3D0600} = 2995 - 2956 = 39 \text{ млн. грн.};$$

$$\text{LU3D0700} = 666 - 651 = 15 \text{ млн. грн.};$$

$$\text{Всього: } 23855 - 23783 = 72 \text{ млн. грн.}$$

$$\% \text{ виконання плану} = \text{факт} / \text{план} * 100 \%$$

$$\text{CG05MFA3} = 2752 / 2652 * 100 \% = 103,8 \%;$$

$$\text{CG01MEB3} = 2093 / 2150 * 100 \% = 97,3 \%;$$

$$\text{CG01MFJ3} = 1752 / 1528 * 100 \% = 114,7 \%;$$

$SV05MDBA3 = 2462 / 2563 * 100 \% = 96,1 \%$;
 $SV05MDCA3 = 1305 / 1256 * 100 \% = 103,9 \%$;
 $SV05MDDA3 = 964 / 925 * 100 \% = 104,2 \%$;
 $SV05MDEA3 = 2667 / 3022 * 100 \% = 88,3 \%$;
 $LI6MAA3 = 2655 / 2954 * 100 \% = 89,9 \%$;
 $LI25M31EA3 = 1588 / 1039 * 100 \% = 152,8 \%$;
 $LI25M31EB3 = 1956 / 2087 * 100 \% = 93,7 \%$;
 $LU3D0600 = 2995 / 2956 * 100 \% = 101,3 \%$;
 $LU3D0700 = 666 / 651 * 100 \% = 102,3 \%$;
Всього: $23855 / 23783 = 100,3 \%$.

Так, бачимо, що фактична реалізація продукції у звітному році порівняно із планом підвищилася на 72 млн. грн. – 0,3 %.

Коли робити аналіз по видах реалізованої продукції, тоді фактична реалізація CG05MFA3 ножів в 2019 році порівняно із планом піднялася на 100 млн. грн. – 3,8 %; CG01MEB3 – зменшилася на 57 млн. грн. – 2,7 %; CG01MFJ3 – підвищилася на 224 млн. грн. – 14,7 %; реалізація зенкерів SV05MDBA3 упала на 101 млн. грн. – 3,9 %; SV05MDCA3 піднялася на 49 млн. грн. – 3,9 %; SV05MDDA3 підвищилася на 39 млн. грн. – 4,2 %; SV05MDEA3 зменшилася на 355 млн. грн. – 11,7 %; реалізація пилок LI6MAA3 упала на 299 млн. грн. – 10,1 %; LI25M31EA3 піднялася на 549 млн. грн. – 52,8 %; LI25M31EB3 упала на 131 млн. грн. – 6,3 %; LU3D0600 підвищилася на 39 млн. грн. – 1,3 %; LU3D0700 підвищилася на 72 млн. грн. – 2,3 %.

Проведемо аналіз обсягу реалізації продукції за видами.

Визначимо питому вагу продукції за кожним видом по факту та за планом.

Питома вага CG05MFA3 (план) = $2652 / 23783 * 100 \% = 11,2 \%$;

Питома вага CG01MEB3 (план) = $2150 / 23783 * 100 \% = 9,04 \%$;

Питома вага CG01MFJ3 (план) = $1528 / 23783 * 100 \% = 6,4 \%$;

Питома вага SV05MDBA3 (план) = $2563 / 23783 * 100 \% = 10,77 \%$;

Питома вага SV05MDCA3 (план) = $1256 / 23783 * 100 \% = 5,28 \%$;
Питома вага SV05MDDA3 (план) = $925 / 23783 * 100 \% = 3,89 \%$;
Питома вага SV05MDEA3 (план) = $3022 / 23783 * 100 \% = 12,71 \%$;
Питома вага LI6MAA3 (план) = $2954 / 23783 * 100 \% = 12,42 \%$;
Питома вага LI25M31EA3 (план) = $1039 / 23783 * 100 \% = 4,37 \%$;
Питома вага LI25M31EB3 (план) = $2087 / 23783 * 100 \% = 8,78 \%$;
Питома вага LU3D0600 (план) = $2956 / 23783 * 100 \% = 12,43 \%$;
Питома вага LU3D0700 (план) = $615 / 23783 * 100 \% = 2,74 \%$;

Питома вага CG05MFA3 (факт) = $2752 / 23855 * 100 \% = 11,54 \%$;
Питома вага 23855CG01MEB3 (факт) = $2093 / 23855 * 100 \% = 8,77 \%$;
Питома вага CG01MFJ3 (факт) = $1752 / 23855 * 100 \% = 7,34 \%$;
Питома вага SV05MDBA3 (факт) = $2462 / 23855 * 100 \% = 10,32 \%$;
Питома вага SV05MDCA3 (факт) = $1305 / 23855 * 100 \% = 5,47 \%$;
Питома вага SV05MDDA3 (факт) = $964 / 23855 * 100 \% = 4,04 \%$;
Питома вага SV05MDEA3 (факт) = $2667 / 23855 * 100 \% = 11,18 \%$;
Питома вага LI6MAA3 (факт) = $2655 / 23855 * 100 \% = 11,13 \%$;
Питома вага LI25M31EA3 (факт) = $1588 / 23855 * 100 \% = 6,66 \%$;
Питома вага LI25M31EB3(факт) = $1956 / 23855 * 100 \% = 8,2 \%$;
Питома вага LU3D0600 (факт) = $2995 / 23855 * 100 \% = 12,56 \%$;
Питома вага LU3D0700 (факт) = $666 / 23855 * 100 \% = 2,79 \%$.

Таблиця 3.5. – Аналіз обсягу реалізації продукції за її видами

Продукція	Обсяг реалізації продукції, млн. грн			
	План	Факт	Питома вага (план), %	Питома вага (факт), %
1	2	3	4	5
CG05MFA3	2652	2752	11,15	11,54
CG01MEB3	2150	2093	9,04	8,77
CG01MFJ3	1528	1752	6,42	7,34
SV05MDBA3	2563	2462	10,77	10,32
SV05MDCA3	1256	1305	5,28	5,47
SV05MDDA3	925	964	3,89	4,04
SV05MDEA3	3022	2667	12,71	11,18
LI6MAA3	2954	2655	12,42	11,13
LI25M31EA3	1039	1588	4,37	6,66
LI25M31EB3	2087	1956	8,78	8,2
LU3D0600	2956	2995	12,43	12,56
LU3D0700	651	666	2,74	2,79
ВСЬОГО	23783	23855	100	100

Проналізувавши таблицю, бачимо, що питома вага фактично реалізованої продукції CG05MFA3 дорівнює 11,54 %, це вище планового показника на 0,39 %; CG01MEB3 – 8,77 %, це менше плану на 0,27 %; CG01MFJ3 – 7,34 %, це більше на 0,92 %; SV05MDBA3 – 10,32 %, це менше на 0,45 %; SV05MDCA3 – 5,47 %; це більше на 0,19 %; SV05MDDA3 – 4,04 %, більше на 0,15 %; SV05MDEA3 – 11,18 % - менше на 1,53 %; LI6MAA3 – 11,13 % - менше на 1,29 %; LI25M31EA3 – 6,66 % - більше на 2,29 %; LI25M31EB3 – 8,20 % - менше на 0,58 %; LU3D0600 – 12,56 % - більше на 0,13 %; LU3D0700 – 2,79 % - більше на 0,05 %.

3.2. Шляхи покращення економічного аналізу підприємства

Дане підприємство займається виготовленням столярних виробів, купує і перепродає деревообробний інструмент та деревообробне оснащення. Продаж відбувається як по Україні так і за кордоном. Самі ж вироби підприємства мають досить високу якість.

Головним шляхом зменшення витрат є економія усіх видів ресурсів – це матеріальні та трудові ресурси, які приймають участь в виробництві. Ні для кого не секрет, що значну долю у структурі витрат виробництва займає оплата праці робітників. При цьому, перед підприємством стоїть задача по зменшенню трудоемкості продукції, яка виготовляється, підвищення продуктивності праці та скорочення чисельності персоналу. Зменшення трудоемкості продукції та підвищення продуктивності праці це досягається різними шляхами, такими як, автоматизація і механізація виробництва, розроблення і використання прогресивних, високопродуктивних технологій, модернізація чи заміна застарілого оснащення. З аналізу, ми бачимо, що підприємство має дуже багато застарілого оснащення, коли його продати, то одержані кошти можна направити на закупівлю нового більш сучасного та ресурсозберігаючого обладнання, що має збільшити фондівдачу [1, 11].

Також, важливо, підвищення вимог і використання вхідного контролю якості сировини і матеріалів, що надходять від постачальника. Так, на першому плані знову використання ресурсозберігаючих технологій. В умовах сьогодення, проблеми із збутом готової продукції, звідси, нестача коштів, одержання дебіторської заборгованості.

Джерела одержання коштів:

- своєчасна оплата реалізованої продукції;
- одержання дебіторської заборгованості;
- продаж резервних грошових активів;
- продаж нематеріальних та матеріальних активів;
- одержання банківського кредиту;

- залучення приватного капіталу, інвестицій і других внесків.
- Так, своєчасна оплата реалізованої продукції, одержання дебіторської заборгованості, продаж резервних грошових активів та продаж нематеріальних та матеріальних активів, ці направлення більш доцільні. Вони не приведуть до підвищення валюти балансу. А одержання банківського кредиту та залучення приватного капіталу, інвестицій і других внесків – можуть бути використаними для підтримки поточної платоспроможності, на крайній випадок. Так, як вони відволікають залучені фінансові ресурси від їх цільового використання.

Для управління дебіторською заборгованістю більш ефективними будуть наступні шляхи:

- визначення терміну просрочених залишків на рахунках дебіторів та порівняння їх з середніми показниками у галузі, показниками конкурентів та даними минулих років;
- перегляд граничної суми кредиту, при реальному фінансовому становищі клієнта;
- вимагання застави на суму, не меншу від суми на рахунку дебіторів;
- використання арбітражних судів для отримання боргів за наявності гарантій;
- продаж рахунків дебіторів факторинговій компанії, банку, які надають факторингові послуги;
- негайне виставлення рахунку покупцю при продажі великої товарної партії продукції;
- використання циклічної виписки рахунків для підтримання одноманітності операцій;
- відправлення рахунку покупцю, як нагадування про настання терміну платежу;
- страхування кредитів для захисту від великих збитків за безнадійними боргами;

- обминання дебіторів із великим ризиком [15].

Велику увагу треба приділяти збуту продукції за готівку. Це пошук нових ринків, більш платоспроможних покупців, розширення самої збутової мережі. Також, має допомогти, розробка системи знижок та кредитування для оптового покупця, вивчення ефективності організації і проведення сезонних розпродаж із знижками у ціні. Все це має підвищити виручку, прибуток та підвищити рентабельність капіталу.

Суму оборотних активів в нормативному значенні покриває сума дебіторської заборгованості і запасів. При проведенні вірної політики з управління дебіторської заборгованості, необхідну суму можна одержати із неї та частину направити на покриття кредиторської заборгованості. Та, для цього треба вибрати більш доцільні строки платежу і форму розрахунку з споживачем. Також, доцільно, є оплата по факту відвантаження продукції покупцю, та надання знижки споживачу за умови попередньої оплати товару.

Висновки

Головна задача підприємства – це повне забезпечення попиту населення високоякісною продукцією. Темпи росту обсягів виробничої продукції, підвищення її якості напряду впливають на величини затрат на виробництво, прибуток і рентабельність підприємства.

Обсяг виробництва і реалізація продукції – є головними показниками, що характеризують діяльність підприємства. Обсяги реалізації продукції особливо важливий для встановлення нормативних статей затрат – витрати на рекламу, представницькі витрати та вимірювання ряду податків.

За своїм економічним змістом обсяг реалізованої продукції характеризує кінцевий фінансовий результат роботи підприємства.

Стабільність діяльності підприємства залежить як від обґрунтованості стратегії розвитку підприємства, маркетингової політики підприємства, ефективного використання усіх існуючих у його розпорядженні ресурсів та від зовнішніх умов. Так, у якості інформаційної бази аналізу економічного стану виступають звітні дані підприємства, їх повинні враховувати при аналітичних оцінках і для прийняття управлінських рішень.

У даній роботі ми провели аналіз виробництва та реалізації продукції підприємства. Продукція, даного підприємства, є високої якості. Але за результатами економічного аналізу виявлені деякі проблеми. Це проблеми із налагодженням більш ритмічного випуску продукції та удосконалення асортименту продукції за рахунок більш досконалого планування витрат виробництва.

Головними шляхами зменшення витрат є економія усіх видів ресурсів, які використовуються в виробництві. Це трудові та матеріальні ресурси. Так, оплата праці займає значну долю у структурі витрат виробництва. Тобто, актуально, зниження трудоємкості продукції, яка виготовляється, підвищення продуктивності праці та скорочення чисельності персоналу підприємства.

Все це може бути досягнуто різними шляхами. Головний із них – це механізація і автоматизація виробництва, розробка і застосування новітніх технологій, що дозволять підвищити фондівіддачу.

Список використаної літератури

1. Арефєва Е.В. Фінансовий менеджмент. Навчальний посібник. – К.: ЄУ, 2009.
2. Баканов М.І., Шеремет А.Д. Теорія економічного аналізу: Підручник. – 2008.
4. Боровик О.А. Аналіз динаміки оборотних коштів за видами економічної діяльності / О.А. Боровик // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. 2008.
5. Ватраченко О.Б. Політика управління оборотним капіталом на підприємстві // Вісник СНАУ. – 2006. -№1.
6. Горлачук В.В., Яненкова І.Г. Економіка підприємства: навч.посібник. Миколаїв: Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили. 2010.
9. Економіка виробничого підприємництва [Текст]: Навчальний посібник./ За ред. Й.М. Петровича. 3-тє вид., випр. - К.: Т-во «Знання», КОО, 2002.
10. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання[Текст]: Підруч. для ВНЗ. Рекомендовано Мін. освіти і науки України / Попович П.Я. - Т., 2001
11. Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника. - Суми : Університетська книга, 2012. - 864 с
12. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. Діагностика потенціалу підприємства// Маркетинг і менеджмент інновацій. 2011.
- 13.Лагун М.І. Методичні аспекти аналізу фінансового стану підприємств у контексті прийняття управлінських рішень / Лагун М.І. // Формування ринкових відносин в Україні. – 2007. – вип.7.
14. Лепьохіна О.В. Фінансова та економічна взаємозалежність потенціалу підприємства// Актуальні проблеми економіки. 2010.

15. Мельник, Л., Ковальов, Б. (2020). Проривні технології в економіці і бізнесі (Досвід ЄС та практика України у світлі III, IV, і V промислових революцій. Сумський державний університет, с. 180. Режим доступу: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/79621>
16. Менеджмент для магістрів. Навчальний посібник./ За редакцією – Зайця А.М., Коваленка О.М./ - Херсон: Грінь Д.С., 2012.
17. Менеджмент для магістрів: підручник : у 2 т. / за заг.ред. О.Ф. Балацького, О.М. Теліженка. – Суми: Університетська книга, 2013.
18. Механізм прийняття управлінських рішень на підприємстві: Процесний вихід: В.С. Пономаренко. Х.: ХНЕУ, 2005.
19. Мішеніна Н.В., Мішеніна Г.А., Ярова І.Є. Економічний аналіз : навч. посібник. Суми : Сум ДУ, 2014.
20. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність : підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. І. М. Сотник, д.е.н., проф. Л. М. Таранюка. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2018. – 572 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80114>
21. Розвиток виробничого потенціалу машинобудівних підприємств в умовах нестабільного ринкового середовища [Текст] / О.В. Кубатко, В.Л. Акуленко, А.А. Іскаков ; За наук. ред. Л.Г. Мельника // Механізм регулювання економіки. - 2015. - № 3. - С. 15-22.
22. Організація промислового виробництва: Підручник / А.І. Яковлев, С.П. Сударкіна, М.І. Ларка та ін.; За ред. А.І. Яковлева, С.П. Сударкіної, М.І. Ларки. – Харків: НТУ «ХПІ», 2007.
23. Потенціал і розвиток підприємства: навчальний посібник / Л.М. Таранюк. – Суми : ВВП «Мрія - 1», 2016.
24. Сабадирьова А.Л. Потенціал і розвиток підприємства: Навчальний посібник / А.Л. Сабадирьова, О.М. Бабій, Т.В. Куклінова, Д.Є. Салавеліс. – Одеса: ОНЕУ, 2013.
25. Тимощук М.Р. Фінансово-економічна складова потенціалу розвитку підприємств // Науковий вісник НЛТУ України. 2014.

26. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства: навч. посібник 3-тє вид., випр. I доп. К.: Знання, 2007.
27. Сотник І.М. Тенденції та проблеми управління дематеріалізацією виробництва і споживання. Актуальні проблеми економіки. 2012. № 8. С. 62–67.
28. Шкарупа, О.В. Організаційно-економічний механізм реінжинірингу бізнес-процесів промислових підприємств : звіт про НДР (заключний) / Кер. Л.М. Таранюк. - Суми : СумДУ, 2016. - 82 с.
29. Шкарупа, О.В. Методологічні засади державного регулювання екологічної модернізації національної економіки [Текст]: дисертація ... д-ра екон. наук, спец.: 08.00.03 - економіка та управління національним господарством / О.В. Шкарупа; наук. консультант Л.Г. Мельник. - Суми: СумДУ, 2018. - 485 с.
30. Экономика и бизнес: учебник / под ред. д.э.н., проф. Л. Г. Мельника, д.э.н., доц. А. И. Каринцевой. – Сумы : Университетская книга, 2018. – 608 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80201>
31. Экономика развития: учебное пособие / под ред. д.-ра екон. наук, проф. Л. Г. Мельника, канд. екон. наук А. Вик. Кубатко. Сумы : «Университетская книга», 2017. 352 с. https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/80184/1/%d0%adkonomyka_razvytyia.pdf
32. Череп А.В. Економічний аналіз: Навчальний посібник. – К.: Кондор, 2005.
33. Економіка енергетики : підручник / за ред. Л. Г. Мельника, І. М. Сотник. – Суми: Університетська книга, 2015. – 378 с. (<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/45315>)
34. Мотиваційні механізми дематеріалізаційних та енерго-ефективних змін національної економіки : монографія / за заг. ред. доктора екон. наук, проф. І. М. Сотник. – Суми : Університетська книга, 2016. – 368 <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80197>

35. Kubatko, O. V., Chortok, Y. V., Honcharenko, O. S., Nechyporenko, R. M., & Moskalenko, I. M. (2019). Studying Features of Vehicle Type Selection by Trade and Logistics Enterprise. Mechanism of economic regulation. – 2019. – №3. – C. 73–82. <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/76448>

36. Melnyk L., Sommer H., Kubatko O., Rabe M., Fedyna S. (2020). The economic and social drivers of renewable energy development in OECD countries. *Problems and Perspectives in Management*,18(4), 37-48. doi:10.21511/ppm.18(4).2020.04

37. Melnyk L.G., Kubatko O. The impact of green-innovations on environmental quality and energy resource consumption. International economic relations and sustainable development : monograph / edited by Dr. of Economics, Prof. O. Prokopenko, Ph.D in Economics T. Kurbatova. – RudaŚląska :Drukarnia i Studio GraficzneOmnidium, 2017. – 272 p. ISBN 978-83-61429-11-1

38. Melnyk, L., Dehtyarova, I., Kubatko, O., Karintseva, O., & Derykolenko, A. (2019). Disruptive technologies for the transition of digital economies towards sustainability. *Economic Annals-XXI*, 179(9-10), 22-30. doi: <https://doi.org/10.21003/ea.V179-02>

39. Melnyk, L., Matsenko, O., Dehtyarova, I. & Derykolenko, O. (2019). The formation of the digital society: social and humanitarian aspects. *Digital economy and digital society*. T. Nestorenko& M. Wierzbik-Strońska (Ed.). Katowice: Katowice School of Technology. [in Ukrainian].URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/74570>

40. The effects of the management of natural energy resources in the European Union / V. Voronenko, B. Kovalov, D. Horobchenko, P. Hrycenko // *Journal of Environmental Management and Tourism*. – Craiova: ASERS Publishing, 2017. – Vol. 8, Issue Number 7(23), P. 1410-1419. Available at: <https://journals.aserspublishing.eu/jemt/article/view/1777>

Аналіз виконання плану з виробництва продукції підприємством за
2019 рік

Вироби	Обсяг випуску продукції, млн. грн.			
	План	Факт	Відхилення (+, -)	% до плану
1	2	3	4	5
Напольна доска	59000	59265	+ 265	+0,45
Євровагонка	26500	25510	-990	- 3,7
Плінтус	55300	53100	-2200	- 3,98
Наличник	65320	66356	+ 1036	+ 1,6
Двері	50000	51065	+ 1065	+ 2,1
Вагонка	49562	48265	-1297	- 2,62
ВСЬОГО	305682	303561	-2121	- 0,69

Виконання плану за асортиментом продукції

Вироби	Обсяг виробництва продукції у планових цінах, млн. грн.		% виконання плану	Обсяг виробництва продукції, зарахований у виконання плану за асортиментом, млн. грн.
	План	Факт		
1	2	3	4	5
Напольна дошка	59000	59265	100,5	59000
Євровагонка	26500	25510	96,3	25510
Плінтус	55300	53100	96,1	53100
Наличник	65320	66356	101,6	65320
Двері	50000	51065	102,1	50000
Вагонка	49562	48265	97,4	48265
ВСЬОГО	305682	303561	99,3	301195

Аналіз ритмічності випуску продукції за декадами

Декада	Випуск продукції за рік, млн. грн.		Питома вага, %		Зараховується до виконання плану, %
	План	Факт	План	Факт	
1	2	3	4	5	6
1	102256	99255	33,5	32,7	32,7
2	101758	100397	33,3	33,1	33,1
3	101668	103909	33,3	34,2	33,3
ВСЬОГО	305682	303561	100	100	99,1