

РОЗДІЛ 8. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

8.1. Аналіз вартісних показників основної діяльності

Узагальнюючим показником обсягів діяльності підприємства є дохід (виручка) від реалізації продукції: валовий – з позицій суспільства, чистий – з позицій підприємства. Оцінка доходу сприяє стимулюванню підприємства виготовляти ту продукцію, яку можливо реально та прибутково реалізувати на вітчизняному та світовому ринках збуту.

Аналіз доходу від реалізації продукції машинобудівних підприємств та факторів, які на нього впливають, проводиться в статичній (оцінка виконання планових завдань за звітний період), у динаміці (для оцінки тенденцій розвитку основної діяльності), у міжзаводському порівняльному аналізі (для рейтингової оцінки).

Для оцінки впливу факторів у факторному аналізі доходу від реалізації продукції підприємства (D , грн) використовуються моделі 8.1-8.2:

$$D = \sum_{i=1}^I D_i, \quad (8.1)$$

$$D = \sum_{i=1}^I D_i = \sum_{i=1}^I C_i \cdot KB \cdot Q_i + \sum_{i=1}^I C_i Q_i, \quad (8.2)$$

$$D = TP \pm \Delta TP, \quad (8.3)$$

де I – число найменувань продукції, одиниць;

D_i – дохід від реалізації i -го виду продукції, грн;

C_i – ціна за одиницю продукції i -го виду, доларів США, шт.;

C_i – ціна за одиницю продукції i -го виду на вітчизняному ринку, грн/т;

KB – курс валюти, грн/доларів США;

Q_i – обсяг відвантаженої на експорт продукції i -го виду, шт.;

Q_i – обсяг відвантаженої на внутрішній ринок продукції i -го виду, шт.;

TP – товарна продукція підприємства, грн;

$\pm \Delta TP$ – зміна залишків товарної продукції на складах підприємства, грн.

З моделей 8.1-8.3 видно, що факторами доходу є зміна: кількості видів продукції, її структури, цін, обсягів, курсів валют, залишків товарної продукції на складах підприємства, інфляційні процеси. Оцінка впливу кожного фактора здійснюється традиційними засобами факторного аналізу або кореляційним методом з наступним визначенням причин зміни і розробкою конкретних заходів, спрямованих на збільшення доходу.

Товарна продукція характеризує обсяги виробництва продукції машинобудівного підприємства у вартісному вимірюванні. У факторному аналізі виробництва оцінюється вплив на зміну цього узагальнюючого показника таких факторів, як ціна, товарний випуск (у штуках та ін.) та зміна структури виробництва продукції.

8.2. Аналіз натуральних показників основної діяльності підприємства

Натуральні показники основної діяльності використовуються для: об'ємної характеристики виробничого процесу підприємства; оцінки ємності ринку; порівняння попиту та пропозицій; оцінки ступеня задоволення попиту; оцінки використання виробничих потужностей; факторного аналізу результатів основної діяльності; оцінки роботи виробничих ділянок; визначення «вузьких» місць виробництва; оцінки впливу обсягів виробництва на дохід, собівартість продукції, прибуток та для інших аналітичних потреб.

До натуральних показників належать: обсяг виробництва основних видів продукції (узагальнюючий показник); годинна або добова продуктивність обладнання. У ході такого аналізу як допоміжні можуть використовуватися й трудові показники (тривалість робочого часу, простоїв та ін.). У процесі аналізу натуральних показників основної діяльності машинобудівного підприємства вони досліджуються в статистиці та динаміці; оцінюється вплив факторів, що зумовили зміну узагальнюючих натуральних показників; вивчаються причини та досвід інших об'єктів аналізу; розробляються заходи щодо поліпшення виробничих показників.

При дослідженні динаміки обсягів виробництва базою для порівнянь замість планових є звітні показники за попередні періоди.

На подальших етапах аналізу виявляються причини зміни показників-факторів, проводиться факторний аналіз для визначення та оцінки резервів, розробляються заходи щодо збільшення обсягів основної діяльності машинобудівного підприємства.

Важливе значення має аналіз номенклатури, тобто переліку найменувань продукції. На підставі контрактів визначається детальний перелік продукції з визначенням обсягів виробництва й реалізації кожного її виду, або асортимент продукції. Кількісною характеристикою асортименту є його структура, під якою розуміють питому вагу продукції окремого виду в загальному обсязі виробництва. Зміна асортименту впливає на обсяги виробництва, собівартість продукції, прибуток від її реалізації, показники рентабельності.

Оцінка виконання планових завдань із асортименту продукції здійснюється за допомогою методу найменшого числа, відповідно до якого у виконання плану з окремого виду металопродукції зараховується менший з двох (плановий або звітний) обсяги виробництва. Результати оцінки завдань використовуються для стимулювання персоналу. Виконання цих завдань є також умовою преміювання управлінського персоналу.

Оцінка впливу структурного зрушення визначається в такій послідовності:

- розраховуються планова та звітна структури продукції;
- перераховуються фактичні обсяги виробництва продукції кожного виду за умови збереження планової структури виробництва, тобто фактичний загальний обсяг виробництва перемножується на планову питому вагу конкретного виду продукції;
- результати попереднього розрахунку порівнюються з фактичним обсягом виробництва продукції конкретного виду, тобто з перерахованого обсягу вираховується фактичний обсяг за звітом, за отриманими абсолютними відхиленнями надається оцінка впливу структурного зрушення на зміну обсягу виробництва конкретного виду продукції в натуральному вимірі;
- визначається середній коефіцієнт трудомісткості за планом і за звітом як відношення сумарного обсягу виробництва в умовному вимірі до сумарного обсягу виробництва в натуральних (фізичних) одиницях;
- розраховується можливий обсяг виробництва продукції за звітом у натуральному вимірі за умови збереження планового асортименту, тобто звітний обсяг виробництва в умовних або базових одиницях відноситься до планового середнього коефіцієнта трудомісткості;
- оцінюється вплив зміни асортименту продукції на обсяг її виробництва ($\pm \Delta Q_{cmp}$) зіставленням звітного обсягу виробництва в одиницях з можливим обсягом виробництва при збереженні планового асортименту в одиницях ($\pm \Delta Q'_{звіт}$):

$$\pm \Delta Q_{cmp.} = \pm \Delta Q'_{звітн.}; \quad (8.11)$$

– розраховується середньозважена планова ціна фактично виготовленого асортименту продукції (C'):

$$C' = \frac{\sum_{i=1}^I C_{i,пл.} \cdot Q_{i,звітн.}}{\sum_{i=1}^I Q_{i,звітн.}}, \quad (8.12)$$

де $C_{i,пл.}$ – планова ціна i -го виду продукції, грн/шт.;

$Q_{i,звітн.}$ – звітний обсяг виробництва i -го виду продукції, шт.;

– здійснюється оцінка впливу зміни структурного зрушення на зміну обсягу виробництва продукції у вартісному вимірі ($\pm \Delta C_{cmp.}$):

$$\pm \Delta C_{cmp.} = \pm \Delta Q_{cmp.} \cdot C'; \quad (8.13)$$

– визначаються, з метою їхнього усунення, зовнішні причини зміни значення показників (кон'юнктура ринку, зміна попиту на конкретні види продукції, форс-мажорні обставини, антидемпінгові процеси та ін.), а також внутрішні причини, які викликали погіршення показників (позапланові простої устаткування, організаційні недолки, брак продукції, збільшення обсягів незавершеного виробництва, несвоєчасні введення нового устаткування або освоєння його виробничої потужності та ін.).

8.3. Аналіз і оцінка конкурентоспроможності продукції

Конкурентоспроможність продукції – це її характеристика, що відображає здатність окремого виду продукції задовольняти конкретні потреби конкретних споживачів у конкретних умовах її використання. Вона визначає відмінність продукції цього підприємства від аналогічної продукції підприємств-конкурентів як за якісними показниками, так і за витратами на задоволення потреби.

Метою діагностики конкурентоспроможності продукції є визначення резервів її підвищення. Завдання діагностики для досягнення цієї мети зображено на рис. 8.1.

Для вирішення першого та другого завдань використовуються методи маркетингових досліджень, а для наступних завдань – система загальнонаукових методів та прийомів економічного аналізу.

Показники конкурентоспроможності продукції та моделі їхнього розрахунку наведено на рис. 8.2.