

*В.В.Мормуль, магістрант
В.В.Васюта, к.т.н., доцент,
Полтавський національний технічний університет
імені Юрія Кондратюка*

ВИЗНАЧЕННЯ РЕЗЕРВІВ ІНТЕНСИФІКАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА ТА ЇХ ВПЛИВ НА КІНЦЕВІ РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Резерви виробництва і реалізації продукції розглядаються як науково обґрунтований запас виробництва та продажу для забезпечення гарантії виконання договорів поставки та фінансового плану і як невикористані можливості виробництва продукції та збільшення його кінцевих фінансових результатів. Резерви випуску і реалізації продукції виникають постійно під впливом науково-технічного прогресу, вдосконалення організації виробництва, праці й менеджменту. Невикористані можливості виробництва та реалізації продукції є основним об'єктом аналітичного пошуку, оскільки не лише визначається втрачена вигода, а й оцінюються можливості та доцільність їх мобілізації. Необхідно виокремити чотири етапи дослідження резервів виробництва та реалізації продукції[1].

На першому етапі оцінюють зовнішні і внутрішні резерви. Зовнішні резерви виробничої програми формуються у зв'язку зі зміною кон'юнктури товарного ринку (попиту на продукцію, її конкурентоспроможності, можливостей конкурентів і контрагентів ринку), стану ринків капіталу, фондів, матеріалів, робочої сили та інші. Виокремлювати ці резерви можна за методикою, яку розглядали у попередніх розділах. Внутрішні резерви виробництва і реалізації продукції відображають можливості підприємства та пов'язані насамперед із використанням виробничого потенціалу. Вони є основною сферою аналітичних досліджень.

На другому етапі виокремлюють інтенсивні та екстенсивні резерви виробництва і реалізації продукції. Процес екстенсивного нарощування виробничого потенціалу потрібний, проте обмежується фінансовими можливостями підприємства та економічною доцільністю. Інтенсифікація використання виробничого потенціалу є головною передумовою досягнення високих фінансових результатів і стійкого фінансового стану.

На третьому етапі оцінюють резерви організації виробничого процесу. Раціональна організація виробничого процесу пов'язана із забезпеченням

ритмічності та комплектності виробництва і збуту продукції відповідно до умов договорів поставки.

Під ритмічністю роботи підприємства розуміють випуск цехами деталей, напівфабрикатів і виробів згідно з добовими чи місячними графіками виробництва. Її порушення негативно впливає на роботу суміжних підрозділів, виконання договірних зобов'язань, якість продукції та ін. Неритмічний випуск продукції протягом місяця найчастіше зумовлюється використанням запасу незавершеного виробництва, відсутністю достатнього запасу напівфабрикатів заготівельних цехів, перебоями у постачанні сировини, простоями робітників і устаткування, змінами виробничих завдань та ін. Ці причини мають бути виявлені під час аналізу. Ритмічність роботи підприємства визначають за днями або декадами у межах місяця, за місяцями і кварталами з поділом на декади. Показником ритмічності є також відношення випуску продукції за першу декаду до її випуску в третій декаді попереднього місяця. Недоліком цього методу є лише те, що брати за основу третю декаду недоцільно, оскільки комплектуючі вироби та напівфабрикати надходять саме наприкінці місяця не завжди з вини підприємства. Доцільніше визначати додатковий випуск у нормо-годинах, порівнюючи нормо-години, витрачені у третій декаді, з такими в першій та другій.

На четвертому етапі виявляють можливості збільшення обсягу продажу, тобто виручки від реалізації продукції. Аналіз резервів приросту реалізації продукції враховує пошук резервів збільшення товарного випуску і зменшення залишків нереалізованої продукції на кінець аналізованого періоду. Можливості приросту товарного випуску оцінюють за випуском товарної продукції за аналізований період і за зміною залишків незавершеного виробництва на початок і кінець цього періоду. Найповніше резерви товарного випуску виявляють на перших трьох етапах аналізу[2].

Важливим аспектом аналізу резервів реалізації продукції є оцінка формування зміни структури обсягу реалізації за рахунок зміни кількості проданої продукції, її трудомісткості, власних матеріальних витрат на кооперовані поставки напівфабрикатів і комплектуючих виробів, прибутку та залишків нереалізованої продукції. Виокремлення пайової участі структурних елементів реалізації продукції дає змогу визначити характер використання інфляційних умов в управлінні масштабами реалізації продукції. Аналіз впливу реалізації продукції на кінцеві фінансові результати діяльності підприємства проводять аналогічно до оцінки наслідків невиконання договорів поставки.

Література

1. *Економіка сільського господарства: [навч. посібник] / Збарський В.К., Мацібора В.І., Чалий А.А. та ін.; За ред. В.К. Збарського і В.І. Мацібори. – К.: Каравела, 2009. - 264с.*
2. *Мних Є.В. Економічний аналіз: Підручник / Є.В. Мних. – К.: Знання, 2011. – 630 с.*