

ПОТАПОВА

Наталія Олександрівна  
potapova.natalya.a@gmail.com

УДК 657.817.012

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІНСЬКОГО  
АНАЛІЗУ ВИПУСКУ І РЕАЛІЗАЦІЇ  
ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

ГАРАСИМЧУК

Анастасія Миколаївна

к.е.н., доцент, Харківський  
інститут фінансів Київського  
національного тоговельно-  
економічного університету

MANAGERIAL ANALYSIS FEATURES  
OF ISSUE AND REALIZATION OF  
THE FINISHED PRODUCTION

студент, Харківський інститут  
фінансів Київського  
національного тоговельно-  
економічного університету

*Статтю присвячено дослідженню базових засад теорії управлінського аналізу. Вивчено його положення в загальній системі економічного аналізу господарської діяльності підприємства. З'ясовано основні напрями проведення управлінського аналізу випуску і реалізації готової продукції.*

*Статья посвящена исследованию базовых основ теории управленческого анализа. Изучено его положение в общей системе экономического анализа хозяйственной деятельности предприятия. Выявлены основные направления проведения управленческого анализа выпуска и реализации готовой продукции.*

*The article is devoted to the study of the basic principles of the theory of managerial analysis. Its position in the overall economic analysis of business enterprises is studied. The basic directions of conducting administrative analysis of release and sale of finished products are determined.*

**Ключові слова:** управлінський аналіз, випуск продукції, реалізація продукції, аналіз господарської діяльності

**Ключевые слова:** управленческой анализ, выпуск продукции, реализация продукции, анализ хозяйственной деятельности

**Keywords:** managerial analysis, production, sales of products, analysis of economic activity

## ВСТУП

Ефективність господарської діяльності підприємства залежить від дієздатності управлінської системи підприємства в умовах невизначеності зовнішнього середовища. Управлінський аналіз випуску та реалізації продукції спрямовано на оцінку як минулих, так і майбутніх результатів, він супроводжує управлінський облік, базується на його інформації та забезпечує прийняття управлінських рішень. Останнім часом багато вітчизняних та зарубіжних науковців-економістів у своїх працях приділяли підвищену увагу дослідженню теоретичних та практичних аспектів управлінського аналізу та обліку. Серед них: І. Ансофф, К. Друрі, Г. Мюллер, Ф.Ф. Бутинець, С.Ф. Голов, З.В. Герасимчук, Є.В. Мних та інші.

**МЕТА РОБОТИ** полягає у теоретичному дослідженні невизначених питань змісту управлінського аналізу та його значення для прийняття рішень в системі управління випуском та реалізацією готової продукції.

## МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Теоретичною і методологічною основою статті виступають дослідження вітчизняних та іноземних фахівців у галузі обліку та аналізу господарської діяльності підприємств, а також законодавчі акти і нормативні документи України з економічних питань. При проведенні дослідження використані методи діалектичного аналізу та синтезу, логічний і історик-

ний підходи, а також, методи логічного узагальнення, порівняння та формалізації.

## РЕЗУЛЬТАТИ

Управлінський аналіз є процесом комплексного аналізу внутрішніх ресурсів і можливостей економічного суб'єкта, спрямованим на оцінку поточного стану бізнесу, виявлення стратегічних проблем. Даний вид аналізу надає інформацію менеджерам та іншим зацікавленим особам для прийняття адекватних стратегічних рішень, вибору стратегії розвитку бізнесу [1, 3]. Місце управлінського аналізу в загальній системі аналізу господарської діяльності схематично зображено на рис. 1.

Управлінський аналіз є частиною стратегічного менеджменту і спрямований на виявлення та детальне розуміння стратегічно важливих аспектів діяльності і стратегічних проблем. В процесі такого аналізу необхідно виявити відповідність внутрішніх ресурсів і можливостей бізнесу стратегічним завданням. Об'єктом аналізу є минула і майбутня діяльність сегментів бізнесу, інформаційною базою виступають дані, зібрані в системі бухгалтерського управлінського обліку [4]. В їх числі – дані, акумульовані в інших блоках управлінського обліку - сегментарному обліку, плануванні та внутрішній звітності. Таким чином, управлінський аналіз покликаний акумулювати не тільки кількісну, але і якісну інформацію [2].

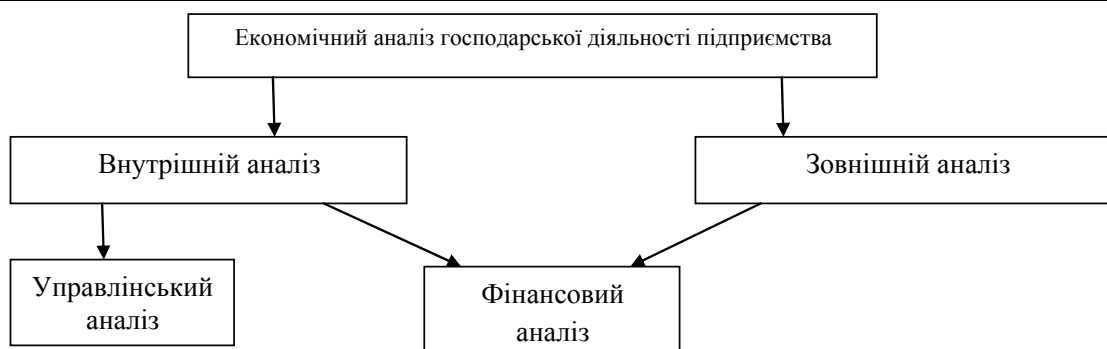


Рис. 1. Схема відображення місця управлінського аналізу в загальній системі аналізу господарської діяльності підприємства

Основне завдання управлінського аналізу виробництва продукції на підприємстві – оцінка динаміки за основними показниками структури, асортименту, якості продукції. Інтереси споживачів вимагають виконання плану не тільки за загальним обсягом продукції, але й по всіх її видах, до того ж дотримуючись високого рівня якості.

Аналіз якості продукції ґрунтується на системі численних показників, серед яких слід вирізнити загальні й часткові, прямі й побічні дії. Оцінюючи зміну якості продукції на підприємстві, слід віддавати перевагу об'єктивним і кількісним показникам якості, які забезпечують належну точність визначення якості продукції. Найвдалішою ілюстрацією цього може бути аналіз показника сортності продукції. У процесі аналізу вивчають і такі побічні показники якості продукції: гарантійний термін роботи, кількість і вартість гарантійних ремонтів у розрахунку на один виріб; наявність рекламцій, їх кількість і вартість; кількість і сума штрафів за поставку неякісної продукції; відсоток браку; пониження сортності продукції за межами підприємства; відсоток повернення продукції для виправлення дефектів; наявність і рівень попиту на даний виріб. Істотне значення при вивченні діяль-

ності підприємства має аналіз ритмічності виробництва продукції. Ритмічність - рівномірний випуск продукції відповідно до графіка в обсязі й асортиментах, передбачених планом.

У сучасних умовах аналіз реалізації продукції є засадничим для проведення комплексного аналізу. Показники реалізації визначають здатність роботи підприємства в умовах ринку. Аналіз реалізації продукції розпочинається з перевірки обґрунтованості планового об'єму, ув'язки його з випуском і відвантаженням, зобов'язаннями по постачаннях продукції відповідно до державних замовлень і укладених договорів. Завдання аналізу реалізації продукції полягає у визначенні резервів зростання цього показника і вивченні чинників, що вплинули на зміну його об'єму. Велику роль в обґрунтуванні управлінських рішень у побудові ефективної системи управлінського аналізу має маржинальний аналіз, методика якого базується на вивченні співвідношення між трьома групами найважливіших економічних показників: витратами, обсягом реалізації і прибутком, і прогнозуванні величини кожного з цих показників при заданому значенні інших [5]. Послідовність маржинального аналізу наведено на рис. 2.

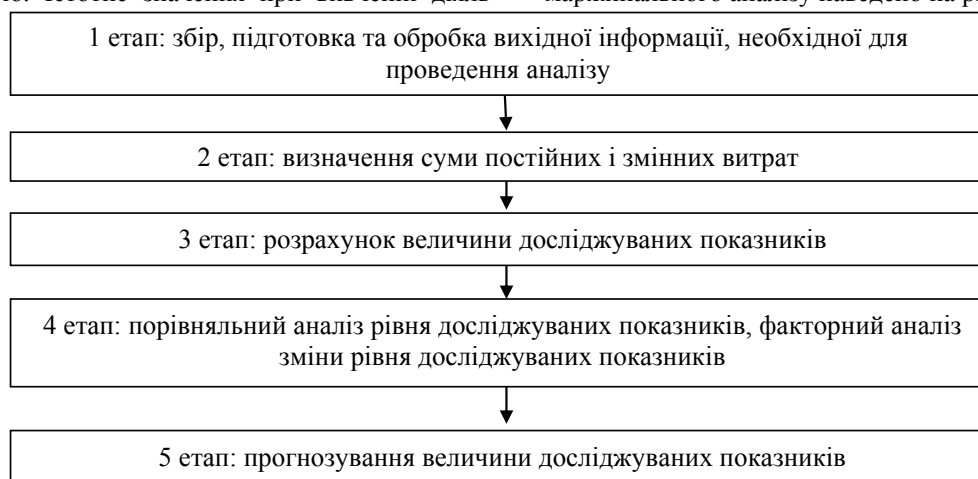


Рис. 2. Етапи проведення маржинального аналізу

В рамках аналізу оцінюється ефективність усіх показників використання грошових ресурсів, капіталу, вивчається склад і джерела доходів і напрямків видатків економічного суб'єкта, розглядаються обсяги продажів, собівартості реалізованої продукції з виділенням валових, постійних і змінних витрат.

## ВИСНОВКИ

Таким чином, управлінський аналіз дозволяє всебічно вивчити роботу економічного суб'єкта і визначити перспективи його подальшого розвитку. Це здійснюється на основі щоденних відомостей про господарські процеси, про рух тих чи інших

матеріальних цінностей та їх негайної аналітичної обробки, яка дозволяє виявляти найбільш суттєві відхилення від запланованих розмірів, давати їм оцінку.

**Список використаних джерел**

1. Атажанов Б. Фінансовий та управлінський аналіз діяльності кредитних організацій // [Електронний ресурс] / Б. Атажанов. – Режим доступу: [www.ufin.com.ua](http://www.ufin.com.ua)
2. Билоусова И. Проблемы совершенствования управленческого учета / И. Билоусова // Бухгалтерский учет и аудит. – 2011. – № 4. – С. 35–40.
3. Герасимчук З.В. Теоретичні основи управлінського аналізу / З.В. Герасимчук// Економічний аналіз: зб. наук. праць Тернопільський національний економічний університет – Тернопіль: «Економічна думка». – 2013. – Том 14. - № 1. – С. 7 - 16.
4. Голов С.Ф. В пошуках сучасної парадигми економічного аналізу / С.Ф. Голов // Економічний аналіз діяльності підприємства: міжвід. наук. зб. – К.: КНЕУ. – 2012. – С. 112–117.
5. Зозуляк М.М. Взаємозв'язок управлінського обліку та аналізу в контексті стратегічного управління підприємством / М.М. Зозуляк // Економічний аналіз: зб. наук. праць Тернопільський національний економічний університет – Тернопіль: «Економічна думка». – 2015. – Том 19. - № 2. – С. 201 - 206.