**ВСП «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж Державного торговельно-економічного університету»**

**Циклова комісія економіки, управління та адміністрування**

Яковлев Олексій Андрійович

ПІБ здобувача

**КУРСОВА РОБОТА**

Аналіз виробництва і реалізації продукції

тема

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Навчальна дисципліна |  | Аналіз господарської діяльності |
|  |  | назва навчальної дисципліни |
| Ступінь освіти |  | Бакалавр |
|  |  | фаховий молодший бакалавр, молодший бакалавр, бакалавр |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Галузь знань |  | 05 Соціальні та поведінкові науки |
|  |  | шифр і назва галузі знань |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Спеціальність |  | 051 Економіка |
|  |  | код і найменування спеціальності |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Освітньо-професійна програма |  | Економіка підприємства |
|  |  | назва освітньо-професійної програми |
| Академічна група |  | ЕБ-21 |
|  |  | назва академічної групи |

**Харків, 2024 рік**

ДОПУЩЕНО ДО ЗАХИСТУ

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Керівник: |  | Бабаєв Ігор Олександрович, викладач циклової комісії економіки, управління та адміністрування, доктор філософських наук |
| Робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело. | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Здобувач |  | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Яковлев О. А.  підпис здобувача ПІБ здобувача |

Підсумкова оцінка: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (балів)

Члени комісії з захисту:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ І. О. Бабаєв

(підпис)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ М. О. Мельничук

(підпис)

**ВСП «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж Державного торговельно-економічного університету»**

**Циклова комісія економіки, управління та адміністрування**

Яковлев Олексій Андрійович

ПІБ здобувача

**ЗАВДАННЯ НА КУРСОВУ РОБОТУ**

|  |  |
| --- | --- |
| Навчальна дисципліна | Аналіз господарської діяльності |
|  | назва навчальної дисципліни |
| Тема роботи | Аналіз виробництва і реалізації продукції |
|  | тема курсової роботи |
| Термін подання  завершеної роботи | 17.05.2024 р. |
|  | дата |

**Графік виконання роботи**

|  |  |
| --- | --- |
| Виконання роботи за розділами | Термін виконання |
| Вибір та затвердження теми | 05.02 – 23.02.2024 |
| Добір та аналіз літератури за обраною темою | 26.02 – 02.03.2024 |
| Складання плану курсової роботи | 04.03 – 09.03.2024 |
| Написання вступу та I розділу | 11.03 – 06.04.24 |
| Написання розрахункової частини (II розділ) курсової роботи | 08.04 – 27.04.2024 |
| Написання висновків та пропозицій, оформлення курсової  роботи | 29.04 – 11.05.2024 |
| Подання курсової роботи керівнику для рецензування (для  рекомендації до захисту) | 13.05 – 17.05.2024 |
| Захист курсової роботи | 03.06 – 08.06.2024 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Завдання видав**  Науковий керівник  **Ігор БАБАЄВ**  (підпис) ПІБ здобувача  «09» лютого 2024 р. | **Завдання отримав**  Здобувач  **Олексій ЯКОВЛЕВ**  (підпис) ПІБ здобувача  «09» лютого 2024 р. |

**ЗМІСТ**

|  |  |
| --- | --- |
| ВСТУП……………………………………………………………………… | 4 |
| РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ ВИРОБНИЦТВА І РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ……. | 6 |
| 1.1. Аналіз обсягу, асортименту і структури продукції .………….…….. | 6 |
| 1.2. Аналіз відвантаження і реалізації продукції …..…………………..... | 9 |
| РOЗДIЛ 2. ПРАКТИЧНА ЧАСТИНА ….……….......................................... | 13 |
| ВИСНOВКИ…..…………………………………………………………….. | 18 |
| СПИСOК ВИКOРИСТAНИХ ДЖЕРЕЛ…………………………………… | 20 |
|  |  |

# ВСТУП

На сучасному етапі розвитку внутрішньої економіки все більше уваги споживачів приділяється структурі продукції та можливості вибору саме того товару, який відповідає їхнім потребам з доступного асортименту. Саме тому аналіз обсягу, асортименту і структури продукції, її якості – один із самих головних напрямків економічного аналізу кожного підприємства. Особливу важливість цей напрямок здобуває зараз, коли до товару з боку споживача висуваються підвищені вимоги, і від ритмічності та ефективності роботи підприємства з виробництво товарів залежать всі економічні показники організації і займана їй ринкова частка. Світовий досвід свідчить, що в конкурентній боротьбі лідерство зазвичай отримує той, хто володіє найбільшою компетентністю в асортиментній політиці, вміє ефективно реалізовувати її і керувати нею.

Обсяг виробництва і обсяг реалізації продукції взаємозалежні. Тому підприємство повинно виробляти лише ті товари і в такому обсязі, які воно може реально збути. Реалізація продукції має велике вплив на фінансові результати підприємства і є його основним джерелом доходу. Таким чином, аналіз ефективності роботи підприємства розпочинається з оцінки виробництва та реалізації продукції, включаючи вивчення обсягів виробництва, темпів зростання та виконання плану.

Таким чином, актуальність обраної теми – полягає у тому що, запорукою успішної підприємницької діяльності у сучасних умовах є прийняття обґрунтованих економічним аналізом рішень, щодо виробництва та реалізації продукції. За рівнем якості продукції формується загальна конкурентоспроможність підприємства. Спроможність фірми утримувати свої позиції на ринку забезпечує дохідність, та стабільні грошові потоки на підприємстві що, і є основною ціллю усіх суб’єктів господарювання.

Основна мета даної курсової роботи полягає у дослідженні особливостей проведення аналізу виробництва та реалізації продукції на діючому підприємстві.

Для досягнення мети потрібно виконати такі завдання:

* провести аналіз обсягу, асортименту і структури продукції та її якості;
* дослідити особливості методики аналізу ритмічності роботи підприємства та реалізації продукції;
* розробити стратегію збільшення обсягів виробництва та реалізації продукції на підприємстві.

Об’єктом курсової роботи є аналіз виробництва та реалізації продукції.

Предметом курсової роботи є економічні відносини, що виникають в процесі виробництва та реалізації продукції.

**РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ ВИРОБНИЦТВА І РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ**

1.1. Аналіз обсягу, асортименту і структури продукції

Головна мета промислового підприємства полягає у повному задоволенні попиту споживачів на високоякісну продукцію. Темпи збільшення обсягу виробництва і підвищення якості продукції безпосередньо впливають на рівень витрат, прибутку та рентабельності підприємства.

Тому аналіз роботи промислових підприємств розпочинається з оцінки показників випуску продукції, маючи на увазі наступні завдання:

1) оцінка виконання плану та динаміки виробництва і реалізації продукції;

2) визначення впливу факторів на зміну цих показників;

3) виявлення внутрішньогосподарських резервів для збільшення випуску і реалізації продукції;

4) розробка заходів щодо використання виявлених резервів.

Обсяг виробництва промислової продукції може бути виражений у натуральних, умовно-натуральних та вартісних вимірах. Узагальнюючі показники обсягу виробництва продукції отримують за допомогою вартісної оцінки в оптових цінах. Основними показниками обсягу виробництва є товарна і валова продукція.

Товарна продукція відрізняється від валової тим, що не включає залишки незавершеного виробництва та внутрішньогосподарського обігу. Вона визначається в оптових цінах, що діють у звітному році. Аналіз обсягу виробництва розпочинається з вивчення динаміки валової і товарної продукції, розрахунку базисних і ланцюгових темпів росту і приросту.

Середньорічний темп росту (приросту) можна розрахувати за середньогеометричною чи середньоарифметичною зваженою, оперативний аналіз випуску продукції здійснюється на основі розрахунку, в якому виражаються планові і фактичні дані щодо випуску продукції, асортименту за день з наростаючим підсумком з початку місяця, а також відхилення від плану.

Для повного забезпечення задоволення потреб населення необхідно, щоб підприємство виконувало не тільки план із загального обсягу продукції, але і за асортиментом, номенклатурою.

Аналіз асортименту продукції допомагає вирішити проблему вибору асортименту товарів, які випускає підприємство. Основним завданням асортиментної програми є визначення структури виробництва підприємства (дільниці), включаючи:

1) встановлення співвідношення між новою продукцією, яка потребує вдосконалення та модифікації, традиційною продукцією, яка не потребує вдосконалень, і застарілою продукцією;

2) визначення номенклатури продукції, яку випускають;

3) оцінювання числа моделей та модифікацій однієї і тієї ж продукції, яку випускають;

4) визначення структури життєвого циклу за всією номенклатурою продукції, яку випускають, та перспектив оновлення асортименту.

Формування асортиментної програми враховує різноманітні фактори, такі як доступні ресурси, рівень технології та техніки виробництва, можливості створення нових виробництв у найбільш оптимальні строки, наявність патентів, очікувана рентабельність та терміни окупності інвестицій, наявність кваліфікованих управлінських кадрів і персоналу на всіх етапах виробничого циклу, стабільні зв'язки з постачальниками, а також ступінь ризику, пов'язаного із сезонністю попиту. Метою асортиментної програми є оптимізація використання технологічних знань та досвіду компанії, ефективне використання фінансових ресурсів з урахуванням рентабельності випуску товарів.

Розробка асортиментної політики потребує постійної уваги до вивчення продукту з точки зору його життєвого циклу та прийняття своєчасних рішень щодо впровадження нової продукції, модернізації та вдосконалення традиційних видів продуктів, зняття товарів з виробництва.

Центральний апарат управління постійно займається розробкою та впровадженням асортиментної програми. Після того, як номенклатура виробів визначена, відповідальність за їх впровадження у виробництво покладається на виробничі підрозділи. Одночасне випуск нових товарів і вдосконалення традиційних товарів і технологій зазвичай характерне лише для великих підприємств та об’єднань.

Виконання укладених контрактів про поставки залежить від випуску конкретних видів продукції, тобто від виконання завдань щодо асортименту продукції [4].

Аналіз виконання плану з номенклатури базується на порівнянні фактичного і планового випуску продукції по виробах, що включені в основний перелік (держзамовлення).

План з асортименту не може бути виконаний більше ніж на 100%. Оцінка виконання плану з асортименту здійснюється двома методами:

1) методам найменшого відсотка (для підвищення об’єктивності цього методу додатково розраховується питома вага номенклатури у загальному переліку, по яких план не виконаний);

2) методам середнього відсотка.

Оцінка виконання плану по асортименту може бути проведена за такими методами:

1. методом найменшого відсотка.
2. за питомою вагою у загальному переліку виробів, на які заплановано виробництво.
3. за допомогою середнього відсотка, розрахованого шляхом розподілу фактичного випуску продукції в межах плану на загальний запланований обсяг виробництва.

Нерівномірність виконання плану по окремих видах продукції приводить до зміни її структури, тобто співвідношення окремих виробів у загальному їхньому випуску.

Структура продукції визначається відношенням питомої ваги окремих видів виробів до загального їх випуску (приймається за 100%).

Виконати по структурі означає збереження у фактичному випуску продукції запланованого співвідношення окремих видів.

Зміна структури виробництва дуже впливає на всі економічні показники: обсяг випуску продукції у вартісній оцінці, матеріаломісткість, собівартість товарної продукції, прибуток і рентабельність.

Якщо частка вартісно більш дорогої продукції зростає, обсяг виробництва у вартісному вираженні також збільшується, і навпаки. Те ж саме стосується рівня прибутку: збільшення частки високорентабельної продукції призводить до зростання прибутку, а зменшення частки менш рентабельної продукції спричиняє його зменшення.

Значення «Випущено при плановій структурі» визначаються шляхом перерахування планових значень по кожній номенклатурі на відсоток виконання плану по випуску продукції в цілому.

Оцінка виконання плану за структурою здійснюється шляхом розрахунку відсотка виконання запланованої структури.

Даний показник розраховується як відношення показника «Фактично в рахунок виконання плану за структурою» до показника «Фактично» помножене на сто відсотків.

Причинами невиконання плану по структурі можуть бути:

1) невиконання плану матеріально – технічного забезпечення;

2) виробничі неполадки;

3) прагнення підприємства замінити випуск працемісткої продукції, менш працемісткою, але прибутковою [15].

1.2. Аналіз відвантаження і реалізації продукції

У процесі аналізу необхідно вивчити зміни не тільки в обсязі виробництва товарної продукції, але й у обсязі її реалізації. Від обсягу продажів залежить фінансовий результат підприємства, його фінансове становище і платоспроможність. Аналіз реалізації продукції здійснюється за кожен місяць, квартал, півріччя і рік. У процесі аналізу фактичні дані порівнюються з плановими, даними попередніх періодів, розраховується відсоток виконання плану, абсолютне відхилення від плану, темпи росту і приросту за аналізований відрізок часу, абсолютне значення одного відсотка приросту [5].

Можливі два варіанти методики аналізу реалізації продукції. Якщо виторг на підприємстві визначається за відвантаженням товарної продукції, то баланс товарної продукції буде мати вигляд:

ГПп + ТП = РП + ГП, (1.1)

Звідси -

РП = ГПп +ТП - ГПК. (1.2)

Якщо виторг визначається після оплати відвантаженої продукції, то товарний баланс можна записати так:

ГПп + ТП + ОТп = РП + ОТк+ГПк , (1.3)

РП = ГПп + ТП + ОТп - ОТк - ГПк, (1.4)

Де ГПп, ГПк – відповідно залишки готової продукції на складах на початок і кінець періоду;

ТП – вартість випуску товарної продукції;

РП – обсяг реалізації продукції за звітний період;

ОТп, ОТк – залишки відвантаженої продукції на початок і кінець періоду, не оплачені покупцями.

Визначення впливу вказаних факторів на обсяг реалізації продукції виконується шляхом порівняння фактичних рівнів факторних показників з плановими, а також шляхом обчислення абсолютних і відносних змін кожного з них.

В процесі аналізу необхідно з’ясувати причини утворення надпланових залишків на складах, несвоєчасної оплати продукції покупцями і розробити конкретні заходи щодо прискорення реалізації продукції й одержання виторгу [3].

Можна виділити такі групи факторів, які впливають на зміну обсягу реалізованої продукції:

1) виробничі фактори (рівень виконання плану товарної продукції; якість продукції; асортиментно-структурні зрушення у випуску продукції; ритмічність випуску продукції);

2) фактори пов’язані з збутом та складуванням (оранізаційно-технічний рівень навантажувально-розвантажувальних робіт та складських робіт; величина портфеля замовлень; стан і комплектність залишків готової продукції на складі; забезпеченість тарою та упаковкою; наявність договорів на поставку і дотримання умов цих договорів);

3) фактори пов’язані з транспортуванням продукції (відповідність кількості та видів транспортних засобів потребам підприємств; ритмічність подання транспортних засобів; придатність транспортних засобів для завантаження відповідних видів продукції; дотримання термінів перевезень та інших договірних умов);

4) фактори пов’язані з маркетинговою діяльністю (стратегія маркетингу та її вплив на діяльність підрозділів підприємств; місткість ринків збуту; стратегія та методи основних конкурентів; цінова політика; методи розповсюдження товарів; реклама діяльності);

5) фактори пов’язані з роботою фінансового та інших підрозділів підприємства (вибір форм розрахунків із покупцями; своєчасність та якість контролю щодо оформлення та оплати платіжних документів; вивчення платоспроможності покупців та можливих форм співпраці з ними; своєчасність та якість оформлення санкцій за порушення зобов’язань зі сплати боргів покупцями та установами), тощо.

Важливо відмітити, що кожна категорія факторів може бути розгалужена відповідно до мети та завдань аналізу, що визначає методику оцінки їх впливу.

Аналіз реалізації продукції тісно пов’язаний з аналізом виконання умов договору щодо постачання продукції. Недовиконання підприємством плану по договорах призводить до зменшення виторгу, прибутку, виплати штрафних санкцій. Крім того, в умовах конкуренції підприємство може втратити ринки збуту продукції, що спричинить спад виробництва [10].

У процесі аналізу визначається виконання плану поставок за місяць і з наростаючим підсумком у цілому по підприємству, у розрізі окремих споживачів і видів продукції, з’ясовуються причини недовиконання плану і дається оцінка діяльності по виконанню договірних зобов’язань.

Відсоток виконання договірних зобов’язань (Кд.з.) розраховується діленням різниці між плановим обсягом відвантаження по договірних зобов’язаннях (Ппл) і його недовиконанням (Пн) на плановий обсяг (Ппл):

(1.5)

При проведенні аналізу реалізації продукції слід приділяти особливу увагу виконанню зобов'язань з кооперативних постачань і експорту продукції. Під час аналізу необхідно ретельно дослідити причини збільшення непогашених залишків відвантаженої продукції. Якщо терміни оплати ще не настали, це є нормальним явищем. Однак прострочена заборгованість покупців за товари погіршує фінансове становище підприємства, тому необхідно вживати всіх можливих заходів для її стягнення.

# РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНА ЧАСТИНА

Заносимо вихідні дані в таблицю фінансових результатів роботи підприємства та виконуємо розрахунки (відповідно до номера списка групи в журналі академічної групи, номер 3) Дані та розрахунки записуємо в таблицю 2.1. :

а) валовий прибуток (збиток);

б) фінансовий результат від операційної діяльності;

в) фінансовий результат до оподаткування;

г) чистий фінансовий результат.

Таблиця 2.1

### Фінансові результати роботи підприємства за 2022 р., в тис. грн

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Стаття | Код рядка | За звітний період | За аналогічний період попереднього року |
|  |
| Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | 2000 | 962877 | 635492 |  |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) | 2050 | 763842 | 569825 |  |
| **Валовий:** прибуток | 2090 | **199035** | **65667** |  |
| збиток | 2095 | (-) | (-) |  |
| Інші операційні доходи | 2120 | 20136 | 32852 |  |
| Адміністративні витрати | 2130 | 24111 | 20639 |  |
| Витрати на збут | 2150 | 85633 | 92647 |  |
| Інші операційні витрати | 2180 | 7354 | 7105 |  |
| **Фінансовий результат від операційної діяльності:** прибуток | 2190 | **102073** | **-21872** |  |
| збиток | 2195 | (-) | (-) |  |
| Дохід від участі в капіталі | 2200 | 0 | 0 |  |
| Інші фінансові доходи | 2220 | 1023 | 1526 |  |
| Інші доходи | 2240 | 0 | 0 |  |
| Фінансові витрати | 2250 | 101 | 203 |  |
| Втрати від участі в капіталі | 2255 | 0 | 0 |  |
| Інші витрати | 2270 | 0 | 0 |  |

Продовження таблиці 2.1

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Фінансовий результат до оподаткування:** прибуток | 2290 | **102995** |  |
| збиток | 2295 | ( ) | **-20549** |
| Витрати (дохід) з податку на прибуток | 2300 | 0 | 0 |
| Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування | 2305 | 0 | 0 |
| **Чистий фінансовий результат:** прибуток | 2350 | **102995** |  |
| збиток | 2355 | ( ) | **-20549** |

Складаємо аналітичну таблицю 2.2, розраховуємо абсолютне та відносне відхилення і величину впливу на чистий прибуток.

Таблиця 2.2

Аналіз динаміки фінансових результатів діяльності підприємства та факторний аналіз їх зміни

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показник | Базисний  період, тис. грн | Звітний період, тис. грн | Відхилення | | Вплив на  чистий прибуток, грн |
| абсолютне,  грн | відносне, % |
| Чистий дохід від  реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | 635492 | 962877 | 327385 | 51,5 | +327385 |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) | 569825 | 763842 | 194017 | 34,0 | -194017 |
| **Валовий прибуток (збиток)** | **65667** | **199035** | **133368** | **203,1** | **+133368** |
| Інші операційні доходи | 32852 | 20136 | -12716 | -38,71 | -12716 |
| Інші операційні витрати | 7105 | 7354 | 249 | 3,5 | -249 |
| **Фінансовий результат від іншої операційної  діяльності** | **25747** | **12782** | **-12965** | **-50,4** | **-12965** |
| Адміністративні витрати | 20639 | 24111 | 3472 | 16,8 | -3472 |
| Витрати на збут | 92647 | 85633 | -7014 | -7,6 | +7014 |
| **Фінансовий результат  від операційної діяльності** | **-21872** | **102073** | **123945** | **566,7** | **+123945** |
| Фінансові доходи | 1526 | 1023 | -503 | -33,0 | -503 |
| Фінансові витрати | 203 | 101 | -102 | -50,2 | +102 |

Продовження таблиці 2.2

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Фінансовий результат від фінансової діяльності** | **1323** | **922** | **-401** | **-30,31** | **-401** |
| Дохід від участі в капіталі | 0 | 0 | 0 | 0,0 | 0 |
| Втрати від участі в капіталі | 0 | 0 | 0 | 0,0 | 0 |
| **Фінансовий результат від участі  в капіталі** | 0 | 0 | 0 | 0,0 | 0 |
| **Фінансовий  результат до оподаткування** | **-20549** | **102995** | 123544 | **601,2** | **+123544** |
| Витрати (дохід) з  податку на прибуток | 0 | 0 | 0 | 0,0 | 0 |
| **Чистий прибуток** | **-20549** | **102995** | 123544 | **601,2** | **х** |

Визначаємо сумарний вплив усіх факторів:

(+327385)+( -12716)+( +7014)+( -503)+( -194017) +(-249)+( -3472)+( +102)=

=+123544 тис. грн

Як видно з таблиці, динаміка зміни чистого прибутку має позитивну тенденцію. Якщо в базисному періоді підприємство мало чистий прибуток -20549 тис. грн, то у звітному прибуток становив 102995 тис. грн, або збільшився на 123544 тис. грн, або на 601,2%. При цьому валовий прибуток збільшився на 133368 тис. грн, або на 203,1%, фінансовий результат від іншої операційної діяльності зменшився на -12965 тис. грн, або на 50,4 %, фінансовий результат від операційної діяльності збільшились на 123945 тис. грн, або на 566,7 %, прибуток від фінансової діяльності зменшився на -401 тис. грн, або на 30,31 %, фінансовий результат до оподаткування збільшився на 123544 тис. грн, або на 601,2 %.

Оскільки підприємство не вкладає коштів у капітали інших підприємств, фінансовий результат від участі у капіталі дорівнював нулю.

Для візуалізації результатів аналізу динаміки фінансових результатів діяльності підприємства робимо графіки динаміки зміни чистого прибутку, а також валового прибутку, фінансового результату від іншої операційної діяльності, фінансового результату від операційної діяльності та фінансового результату від фінансової діяльності де представляємо динаміку зміни чистого доходу та основних факторів, які впливають на нього, що наведено на рисунку 2.1 та рисунку 2.2.

Рисунок 2.1. – Динаміка зміни чистого прибутку

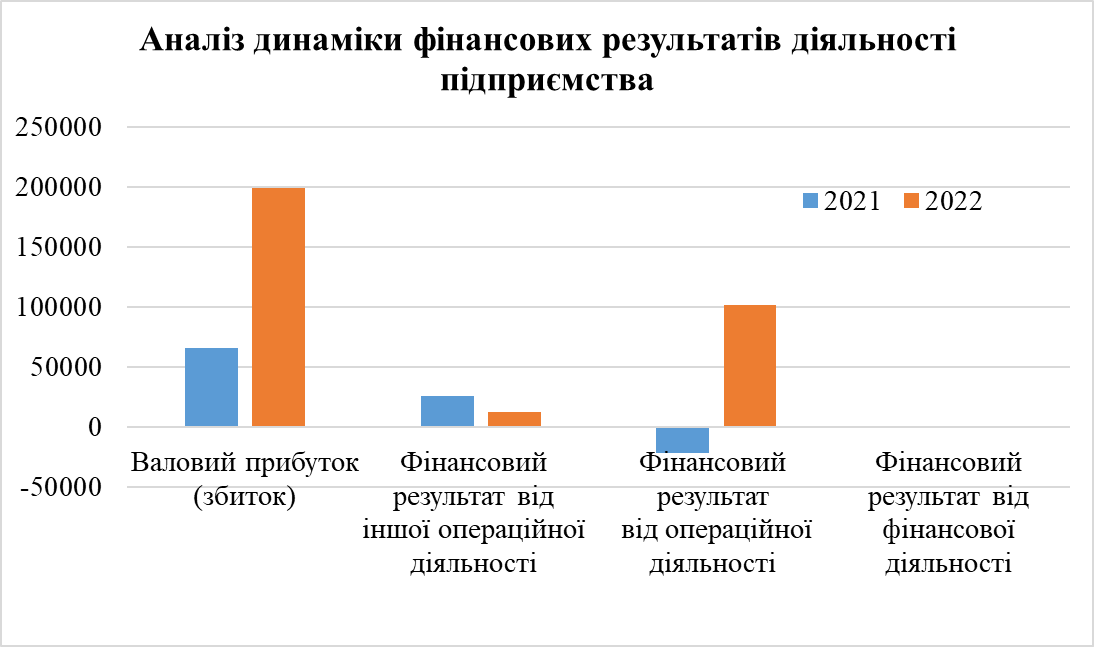


Рисунок 2.2. – Динаміка зміни валового прибутку, фінансового результату від іншої операційної діяльності, фінансового результату від операційної діяльності та фінансового результату від фінансової діяльності

Отже, за досліджуваний період чистий прибуток збільшився на 123544 тис. грн. При цьому позитивний вплив мали такі фактори:

* збільшення доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) сприяло збільшенню прибутку на 327385 тис. грн;
* зменшення витрат на збут сприяло збільшенню прибутку на 7014 тис. грн;
* зменшення фінансових витрат на 102 тис. грн

Негативний вплив на зміну чистого прибутку чинили такі фактори:

* зменшення інших операційних доходів на 12716 тис. грн;
* збільшення інших операційних витрат на 249 тис. грн;
* зменшення фінансових доходів на 503 тис. грн;
* зменшення адміністративних витрат на 3472 тис. грн.

# ВИСНОВКИ

Для досягнення успіху у підприємницькій діяльності, забезпечення стабільності на ринку в умовах конкуренції потрібна кропітка аналітична робота в усіх сферах діяльності підприємства, особливо в сферах виробництва та реалізації виготовленої продукції, з метою оцінки результатів діяльності, з’ясування причинно-наслідкових зв’язків зміни економічних показників. Лише компанії з високорозвиненою системою аналітичних досліджень можуть уникнути безпідставних ризиків у прийнятті бізнес-рішень та оперативно адаптуватись до змін на ринковому середовищі.

Проведений економічний аналіз на основі комплексного дослідження всіх елементів економічної роботи підприємства, глибокого вивчення процесів і явищ господарської діяльності у їх взаємозв’язку, взаємозалежності і взаємозумовленості дає змогу об’єктивно оцінити хід господарювання, визначити розміри отриманих результатів і з’ясувати причини відхилень від запланованих показників.

Аналіз динаміки випуску товарної продукції, за допомогою якого визначені темпи приросту продукції, показує збільшення/зменшення обсягу товарної продукції. Для повного забезпечення задоволення потреб споживачів необхідно, щоб підприємство виконувало не тільки план із загального обсягу продукції, але і за асортиментом, номенклатурою.

За умов ринкової економіки зростають вимоги щодо підвищення якості всіх видів продукції, яку випускають підприємства, розширення й оновлення асортименту виробів відповідно до сучасних вимог розвитку народного господарства і науково-технічного прогресу, а також зростання потреб населення.

Ефективно побудована система управління якістю продукції допоможе не тільки збільшувати обсяги реалізації та забезпечувати стабільну дохідність підприємства, але й нарощувати темпи виробництва.

У процесі аналізу необхідно вивчити зміни не тільки в обсязі виробництва товарної продукції, але й у обсязі її реалізації. Від обсягу продажів залежить фінансовий результат підприємства, його фінансове становище і платоспроможність.

Всі підприємства намагаються розробити свою унікальну стратегію по збільшенню обсягів виробництва та реалізації продукції, адже саме ці показники відбивають загальний рівень роботи кожного підприємства, забезпечують стабільний рівень дохідності, та допомагають вижити підприємству у сучасних ринкових умовах.

# СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналіз господарської діяльності : навчальний посібник. Г. Даценко та інші Вінниця : ВТЕІ, 2021. 416 с.
2. Березін О. В. Економіка підприємства: навчальний посібник / О. В. Березін, Л. М. Березіна, Н. В. Бутенко. Київ : Знання, 2012. 390 с.
3. Богацька Н. М. Рентабельність підприємства та шляхи її підвищення / Н. М. Богацька, Ю. В. Боб // За матеріалами міжнародної конференції. Ключові аспекти національної діяльності. 2010. URL : http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=13188
4. Бутинець Ф. Ф., Мних Е. В., Олійник О. В. Економічнй аналіз. Практикум, Навчальний посібник для студентів вузів / Ф. Ф.Бутинець, Е. В.Мних, О.В.Олійник. Житомир: ЖІТІ, 2000. 416 с.
5. Ганін В. І. Основи теорії економічного аналізу: навчальний посібник / В. І.  Ганін. Харків: Харків-ФІНАРТ, 2002. 115 с.
6. Гетьман О. О. Економіка підприємства: навчальний посібник / О. О. Гетьман, В. М. Шаповал. 2-ге видання. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 488 с.
7. Горбонос Ф.В. Економіка підприємств: підручник / Ф. В. Горбонос, Г. В. Черевко, Н. Ф. Павленчик,. Київ : Знання, 2014. 463 с.
8. Гринчуцький В. І. Економіка підприємства: навчальний посібник / В. І. Гринчуцький, Е. Т. Карапетян, Б. В. Погріщук. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 304 с.
9. ДСТУ 3008:2015. Звіти у сфері науки і техніки. Структура та правила оформлення. Видання офіційне. Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2016. 31 с. (Інформація та документація).
10. ДСТУ 8302:2015. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання. Видання офіційне. Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2016. 20 с. (Інформація та документація).
11. Економіка і підприємництво, менеджмент. Рогач С. М., Гуцул Т. А., Ткачук В. А та інші. Київ : ЦП «Компринт», 2015. 508 с.
12. Іванілов О. С. Економіка підприємства: підручник / О. С. Іванілов. - 2ге вид. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 727 с.
13. Кіндрацька Г. І., Загородній А. Г., Кулиняк Ю. І. Аналіз господарської діяльності : підручник. Львів : Львівська політехніка, 2019. 320 с.
14. Методичні рекомендації з виконання курсової роботи «Аналіз господарської діяльності». Харків : ХТЕФК ДТЕУ, 2023. 32 с. URL : http://surl.li/tyatr.
15. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства: навчальний посібник / Г. В. Савицька. 3- тє видання, випр. і доп. Київ: Знання, 2011. 668 с.
16. Швиданенко Г. О. Економіка підприємства: підручник / За заг. та наук. ред. Г. О. Швиданенко / М-во освіти і науки України, ДВНЗ "Київський нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана". Київ : КНЕУ, 2009. 598 с.