

**УДК 339.13**

**Ольга Загородна, Ірина Спільник**

Тернопільський національний економічний університет

## **ДИНАМІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ВИРОБНИЧО-ЗБУТОВИХ ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА**

**Olga Zahorodna, Iryna Spilnyk**

### **DYNAMIC CHARACTERISTICS OF INDUSTRIAL MARKETING PROCESSES OF THE ENTERPRISE**

Виробництво і збут продукції є першочерговими завданнями щодо реалізації місії промислового підприємства. Ці завдання можна розглядати як дві взаємопов'язані і взаємозалежні складові поняття «операційна діяльність». Слід розуміти, що показники, які характеризують цю діяльність, є відмінними. Результатом виробництва є обсяг продукції, призначеної для продажу, а результатом реалізації, - є обсяг продукції, яка знайшла свого споживача.

Виробнича і збутова політика підприємства формуються, як правило, різними службами і підрозділами підприємства під дією різних факторів, тому результати аналізу цих двох аспектів діяльності можуть відрізнятися. При цьому, якщо на деяких незначних відтинках часу виробництво і реалізацію можна розглядати як незалежні одна від одної функції, то в перспективі вони виявляються доволі тісно пов'язаними: якщо нічого не виробляти, то що тоді реалізовувати; і, навпаки, - якщо немає можливостей реалізації, то як можна говорити про виробництво? Для кожного окремого підприємства ці поняття мають індивідуальне наповнення залежно від галузевої приналежності та масштабів діяльності.

Ритмічна, успішна діяльність підприємства передбачає, що в цілому за не дуже короткі для підприємства проміжки часу (квартал) обсяги виробництва і реалізації співпадають. Однак, в межах цих періодів ситуація може бути іншою, - динаміка виробництва і реалізації відрізняється. Наприклад, за умови виробництва нової продукції, коли для ринку і споживачів товар є маловідомим, обсяги виробництва можуть суттєво перевищувати його реалізацію. У міру зростання попиту, темпи зростання виручки можуть дорівнювати до темпів росту обсягів виробництва. У цьому випадку щоб уникнути хибних висновків, слід приймати до уваги особливості життєвого циклу продукції, яку виробляє підприємство.

Протилежною динаміка виробництва і реалізації може бути тільки випадково і протягом коротких проміжків часу, адже падіння виробництва при збільшенні реалізації дуже швидко призведе до зниження реалізації також, оскільки реалізовувати буде нічого. Зниження реалізації, у свою чергу, негативно вплине на виробництво через нестачу оборотних засобів. Тому далекосяжних наслідків така інверсія не має. Виробництво майже ніколи не відстає від реалізації.

Показником відповідності темпів виробництва і реалізації може слугувати коефіцієнт реалізації, що є співвідношенням обсягів реалізованої і виробленої продукції за відповідний період часу. Що ближче значення цього коефіцієнта до одиниці, і що стійкішою є така відповідність, тим більш синхронною і ритмічною є діяльність виробничої і збутової підсистем підприємства. Невідповідність у темпах зміни різних показників виробництва і реалізації дає можливість виявити певні проблеми у діяльності окремих служб, а саме:

- якщо темпи росту валової продукції вищі за темпи росту виробленої (товарної продукції), то це свідчить про зростання обсягів незавершеного виробництва;

- якщо темпи росту виробленої (товарної продукції) вищі за темпи росту реалізованої продукції, то це є ознакою росту залишків нереалізованої або готової продукції на складах і сповільнення оборотності оборотних активів підприємства.

Доцільно вказати, що ріст залишків готової продукції на складі призводить до тривалого заморожування оборотного капіталу, відсутності грошової маси, потреби в кредитах і виплати процентів за ними, росту кредиторської заборгованості постачальникам, бюджету, робітникам з оплати праці тощо. Сьогодні це - одна із причин спаду виробництва, зниження його ефективності, низької платоспроможності підприємств, їх банкрутства.

Якщо, темпи зростання доходу від реалізації продукції є дещо вищими, ніж темпи росту виробленої продукції, то це є свідченням зниження залишків нереалізованої продукції, а відтак – позитивної динаміки збуту продукції підприємства. При цьому коефіцієнт відповідності між доходом від реалізації продукції та обсягами виробництва має тенденцію до росту і наближається до одиниці і, відповідно, характеризує зростання узгодженості виробничої і збутової підсистем підприємства. Обсяги випущеної продукції визначаються матеріально-технічною базою підприємства, його організаційно-технічним рівнем, раціональністю використання виробничих ресурсів, фінансовими можливостями підприємства тощо.

Обсяги реалізації залежать від факторів як внутрішніх так і зовнішніх, а також об'єктивного та суб'єктивного характеру.

Обсяг продажу безпосередньо впливає на інші сторони діяльності – собівартість і рентабельність продукції, фінансовий стан та конкурентоспроможність підприємства. Крім того реалізацією завершується кругообіг засобів підприємства. Кошти, що надійшли від продажу продукції, використовуються ним для придбання сировини і матеріалів, виплати заробітної плати і здійснення інших витрат. Тому, в сучасних умовах, надзвичайно важливим є налагодження ефективної системи аналізу реалізаційних процесів підприємства. Продемонструємо динаміку основних показників збутової діяльності підприємства з використанням умовних даних (таблиця 1).

Таблиця 1

Динаміка основних показників збутової діяльності, тис. грн.

№ п/п	Показники	2014	2015	Динаміка	
				абсолютна	відносна %
0	A	1	2	3	4
1.	Дохід від реалізації продукції	45 484	73 145	27 661	60,82
2.	Собівартість реалізованої продукції	28 465	49 419	20 954	73,61
3.	Валовий прибуток	17 019	23 726	6 707	39,41
4.	Витрати на збут	1 226	1 784	558	45,51

За аналізований період за даними таблиці 1 констатуємо зростання за всіма показниками. Так, дохід від реалізації продукції зріс на 27 661 тис. грн., або на 60,82%; валовий прибуток – на 6 707 тис. грн., або на 39,41%. Однак, найвищі темпи росту має собівартість реалізованої продукції підприємства (73,61 %), тоді як з позиції економічної доцільності, найвищими темпами повинен зростати показник валового прибутку (фінансовий результат від основної операційної діяльності), йому може поступитися дохід (виручка) від реалізації продукції.

Для зростання фінансових результатів від реалізації виручка повинна зростати швидшими темпами ніж собівартість реалізованої продукції. Витрати на збут зросли на 558 тис. грн., або на 45,51%, але за темпами росту вони поступаються показнику собівартості продукції.