

Сапачук Є.М., бакалавр
Київський національний
університет технологій та дизайну
Бунда О.М., к.е.н., доц.
Київський національний
університет технологій та дизайну

АНАЛІЗ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах ринкової економіки рівень планової діяльності підприємства можна визначити мірою узгодження і задоволення інтересів споживачів з урахуванням наявних можливостей і обмежень ресурсів, що визначають незалежність вибору в процесі виробництва продукції [1].

Правильно вибрана стратегія виробництва і належні обсяги випуску продукції забезпечують бажаний результат і прибуток. Саме тому виробничу діяльність підприємства зумовлено загальною економічною ситуацією і платоспроможним попитом населення [2].

Проблеми, пов'язанні із збутом готової продукції, вимагають аналізу ринку та маркетингової діяльності на рівні підприємства, рекламування товарів, які виготовляються на підприємстві, зниження собівартості при зростанні якості виробленої продукції, збільшення прибутку, яке неможливе без виявлення резервів зростання обсягу виробництва [3].

Обсяг виробництва і реалізації продукції є взаємозалежними показниками і на підприємстві вони повинні бути збалансованими. В умовах обмежених виробничих можливостей і необмеженого попиту на перше місце виходить обсяг виробництва продукції.

Реалізація продукції – важлива фінальна стадія кругообертання коштів підприємства. Від того, як організована система втілення продукції, залежить безупинність виробничого процесу, реверсивність оборотного капіталу, результати фінансово-господарської діяльності, прибутку підприємства [4].

В міру насичення ринку та посилення конкуренції вже не виробництво визначає обсяг реалізації, а бажаний обсяг реалізації є основою розроблення

виробничої програми. Від того, як продається продукція, який попит на неї на ринку, залежить і кількість її виробництва.

Швидкість зростання обсягу втілення готової продукції одночасно впливають на величину витрат, прибуток та рентабельність підприємства. Тому аналіз реалізації готової продукції має важливе значення. Його основні спрямування:

- оцінка рівня виконання плану та реалізації готового продукту, асортименту і структури, аналіз рівномірності та ритмічності втілення готової продукції;

- аналіз ринку збуту готової продукції (оцінка структури ринку збуту, місткості та частки);

- аналіз цінової політики підприємства на товарних ринках (оцінка змісту процедур установлення ціни, рівня цін для визначення обґрунтованості конкретної ціни на продукцію) [5].

Вирішення проблем обліку та аналізу готової продукції та її реалізації в умовах посиленого режиму економії і ресурсозбереження можливе за наявності у суб'єктів управління повної, правдивої інформації про фактори, які впливають на ціну продукції, а також фінансові результати від втілення готової продукції на ринок. Саме підвищення якості продукції є одним із головних шляхів покращення ефективності виробничого процесу, що залежить від матеріалів виробництва, працівників і вимог споживачів [5].

Нині, перед головними бухгалтерами, фінансовими директорами, керівниками підприємств виникла серйозна проблема відновлення основних фондів. Без її вирішення неможливе здійснення процесу відтворення, а значить, продовження процесу виробництва та споживання[6].

Отже, головним завданням аналізу реалізації продукції та розрахунків з покупцями є:

- перевірка напруженості планових завдань;
- оцінка виконання поставленої мети і зміни складу та якості продукції;

- виявлення резервів підвищення складу та якості продукції.

Перевірка виконання плану через вартісний показник по натуральному складу продукції, оскільки у виконання плану реалізації зараховується реалізована продукція в межах запланованої ціни лише при умові, що план підготовки виконано повністю без виключення покупців у відповідності з договірними умовами по відношенню до кількості, асортименту, якості виробу.

Для підприємства дуже важливо проводити аналіз готової продукції, аналізувати виконання плану по реалізації, щоб виявити недоліки і усунути їх, поки вони не спричинили негативних результатів.

Література

1. Аналіз процесу виробництва готової продукції. URL: https://pidru4niki.com/1780121953664/ekonomika/analiz_protsestu_virobnitstva_gotovoyi_produktsiyi.
2. Облік, аналіз і аудит готової продукції та її реалізації. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/27696>.
3. Аналіз обсягу випуску та реалізації готової продукції на підприємстві ТОВ «Тісіес Груп». URL: <https://www.ukrlogos.in.ua/10.11232-2663-4139.04.35.html>.
4. Аналіз процесу реалізації готової продукції. URL: https://pidru4niki.com/1279051653665/ekonomika/analiz_protsestu_realizatsiyi_gotovoyi_produktsiyi.
5. Проблеми обліку та аналізу готової продукції та її реалізації. URL: <http://global-national.in.ua/archive/4-2015/205.pdf>
6. Лазаренко О.В., Бунда О.М. Організаційні аспекти аналізу основних засобів на підприємстві. Тези доповідей XV Всеукраїнської наукової конференції молодих учених та студентів "Наукові розробки молоді на сучасному етапі". Т. 3 : Секція "Економічні та соціально-політичні проблеми активізації інноваційної діяльності підприємств України". Секція "Міжнародні та національні стандарти в сфері технологій та дизайну": 28-29 квітня 2016 р. Київ : КНУТД, 2016. С. 44.