

УДК 336:658

Стечишин Юлія

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
**АНАЛІЗ НОМЕНКЛАТУРИ, АСОРТИМЕНТУ ТА СТРУКТУРИ ВИПУСКУ
ПРОДУКЦІЇ**

Stechushun Julia

Ternopil Ivan Puluj National Technical University
**ANALYSIS OF THE NOMENCLATURE, ASSORTMENT AND STRUCTURE OF
PRODUCTION**

Асортимент, номенклатура і структура продукції є ключовими елементами будь-якого бізнесу. Вони допомагають визначити типи продуктів, які пропонує компанія, спосіб виробництва цих продуктів і ресурси, необхідні для їх виробництва. Цей аналіз є важливий для будь-якого підприємства, оскільки він допомагає визначити напрямки, які потребують вдосконалення, та напрямки, які можна вдосконалити [1].

Асортимент – це сукупність різновидів продукції кожного найменування, що відрізняються відповідними техніко-економічними показниками. Підприємствам важливо розуміти свою клієнтську базу та створювати асортимент, який відповідає їхнім потребам. Це передбачує розуміння того, чого хочуть клієнти, яку ціну вони готові платити та які інші продукти можуть конкурувати з їх пропозицією. Завдяки аналізу підприємства можуть визначити, які продукти слід включити до їхнього асортименту, а які слід видалити або замінити. Оцінку виконання плану з асортименту можна провести наступними способами:

- за найменшим відсотком – у виконання завдання з випуску продукції за асортиментом, серед визначених, зараховується найнижчий відсоток, але який не вище за 100. Так як, в цьому способі не враховується, за скількома позиціями виробів завдання не виконано, то в характеристику виконання завдання за найнижчим відсотком доцільно додати дані про питому вагу асортиментних позицій в їх загальній кількості, за якими завдання не виконано.

- за оцінкою позицій асортименту – виявлення питомої ваги з усієї обов'язкової номенклатури тих позицій, завдання з яких виконано.

- за середнім відсотком - з кожної позиції у виконання плану за асортиментом зараховується та фактично випущена продукція, яка не вища за передбачену плановим завданням. Обсяг продукції, який зарахований у виконання плану, відносять до планового обсягу випуску і обчислюють відсоток [2].

Номенклатура – це перелік найменувань виробів із зазначенням кодів, згідно із загальнодержавним статистичним класифікатором продукції. Правила найменування допомагають клієнтам зрозуміти, що вони купують, а також можуть допомогти відрізнити компанію від її конкурентів.

Аналізуючи вподобання клієнтів, підприємства можуть визначити, чи ефективні їхні поточні угоди про найменування, чи їм потрібно внести зміни, щоб краще обслуговувати своїх клієнтів. Аналіз виконання завдання за заданою номенклатурою проводиться методом порівняння фактичного та планового випуску продукції по виробках [2].

Структура виробництва відноситься до того, як підприємство виробляє свої продукти. Вона включає в себе все, починаючи від джерел сировини, виробничих процесів, методів пакування, мереж розподілу тощо. Виконання плану за структурою продукції – збереження у фактичному випуску продукції запланованого співвідношення окремих її видів. Щоб визначити вплив зміни структури виробництва

на економічні показники діяльності підприємства, можна застосовувати різні методи: метод прямого рахунку за всіма виробами, метод середніх цін, абсолютних різниць, ланцюгових підстановок. Зокрема, суть методу прямого рахунку полягає в тому, що в рахунок виконання плану випуску продукції за структурою зараховується той фактичний обсяг випуску, який, при плановій структурі, не вищий за його рівень. Сутність методу абсолютних різниць полягає в тому, що вплив окремих факторів розраховується шляхом множення абсолютної зміни досліджуваного факторного показника на звітне значення інших показників, що входять у дану факторну систему [2].

Підсумовуючи, можна стверджувати, що аналіз асортименту, номенклатури та структури випуску продукції є важливим для будь-якого підприємства, яке хоче залишитися конкурентоспроможним на сучасному ринку. Завдяки ретельному аналізу підприємства можуть визначати сфери, у які можна внести покращення, щоб підвищити ефективність і зменшити витрати, надаючи клієнтам якісні продукти за конкурентоспроможними цінами [3].

Список використаних джерел:

1. Аналіз асортименту та структури продукції. URL: https://lubbook.org/book_248_glava_21_Pitannja_dlja_p%D1%96dsumkovogo_ko.html
2. Аналіз виробництва та реалізації продукції, робіт і послуг. URL: <https://dl.tntu.edu.ua/content.php?cid=291222>
3. Аналіз асортименту, структури і номенклатури випуску продукції. URL: https://pidru4niki.com/82727/ekonomika/analiz_asortimentu_strukturi_nomenklaturi_vipusku_produktsiyi