

**СЕКЦІЯ**  
**«ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ,  
АНАЛІЗУ І АУДИТУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ»**

**УДК 338**

**Атаманчук Катерина**

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

**ЗМІСТ ТА ЗАВДАННЯ АНАЛІЗУ ВИРОБНИЦТВА ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ**

**Atamanchuk Caterina**

*Ternopil Ivan Puluj National Technical University*

**CONTENT AND TASKS OF ANALYSIS OF PRODYCTION AND SALES OF  
PRODUCTS**

У сучасному світі, де конкуренція на ринку є дуже високою аналіз виробництва і реалізації продукції є ключовим інструментом, який допомагає підприємствам зрозуміти їх сильні та слабкі сторони та отримати перевагу на ринку. Аналіз дозволяє підприємствам ефективно керувати процесами виробництва та реалізації продукції, зменшувати витрати, підвищувати якість продукції та збільшувати прибуток.

Аналіз виробництва продукції - це процес дослідження діяльності підприємства щодо виробництва продукції з метою визначення ефективності та вдосконалення процесів виробництва.

Основну мету аналізу виробництва продукції можна поділити на такі розділи:

– підвищення ефективності виробництва: аналіз дозволяє виявити проблемні місця та запропонувати заходи щодо їх оптимізації, що може допомогти підприємству знизити витрати та підвищити якість продукції;

– покращення якості продукції: аналіз виробництва та матеріалів, що використовуються, дозволяє виявити потенційні проблеми, які можуть вплинути на якість продукції. Це дозволяє підприємству вживати заходів для покращення якості продукції та забезпечення задоволення потреб споживачів;

– оптимізація витрат: аналіз дозволяє підприємству виявити найбільш витратні елементи процесу виробництва. Це дозволяє підприємству вживати заходів для зниження витрат на виробництво та збільшення рентабельності підприємства;

– планування виробництва: підприємство може використовувати аналіз виробництва, щоб зрозуміти, який обсяг продукції може бути вироблений за певний період часу та які ресурси будуть потрібні для досягнення цієї мети;

– підвищення конкурентоспроможності: аналіз виробництва продукції дозволяє підприємству зрозуміти, як можна покращити конкурентоспроможність на ринку. Це може бути досягнуто за рахунок зниження витрат на виробництво, покращення якості продукції, підвищення ефективності виробництва.

Також можна виділити такі основні завдання аналізу виробництва продукції: оцінка ефективності виробництва; виявлення проблем та недоліків виробництва; визначення оптимальних рішень щодо виробництва продукції; моніторинг виконання планів і контроль якості продукції; аналіз фінансових показників виробництва.

Аналіз реалізації продукції - це процес оцінки ефективності продажу продукції на ринку. Цей аналіз включає в себе оцінку обсягів продажу продукції, прибутку від продажів, середньої вартості продукту, а також аналіз конкурентоспроможності продукції та її споживчих властивостей. Цей аналіз дозволяє виявити сильні та слабкі сторони продукції, знайти шляхи для її покращення, а також розробити стратегію для збільшення обсягів продажу та покращення прибутковості бізнесу. Він може включати в себе оцінку таких показників, як обсяг продажів, ціни на продукцію, витрати на

маркетинг та рекламу, рівень задоволеності споживачів, витрати на обслуговування клієнтів, конкурентну ситуацію на ринку. Цей аналіз зазвичай виконується з метою визначення, наскільки успішно продукція продається на ринку та чи відповідає вона очікуванням споживачів.

Спільною метою аналізу виробництва та реалізації продукції є знаходження шляхів збільшення обсягів виробництва та реалізації продукції порівняно з конкурентами, розширення частки ринку при максимальному використанні виробничих потужностей, і як результат, збільшення прибутку підприємства.

Також, можна виділити такі завдання аналізу реалізації продукції:

- оцінка ефективності маркетингових та рекламних кампаній: за допомогою цього можна виявити недоліки в проведенні маркетингових заходів, і усунути їх в майбутньому, визначити на які види маркетингу слід зосередитися, а які краще змінити або відмовитися від них. Крім того, цей процес допомагає збільшити ефективність використання ресурсів підприємства, зокрема, на маркетинг, що може позитивно вплинути на загальну прибутковість;

- визначення потенційного ринку для продукції та можливості розширення діяльності компанії: на основі результатів аналізу можна визначити розмір та структуру ринку, оцінити споживчі потреби та попит на продукцію. Це дозволяє підприємству зрозуміти, які перспективи для розвитку на ринку є в майбутньому та знайти нові можливості для розширення діяльності та збільшення обсягів продажу. Це може включати запуск нової продукції або послуги, розширення географії продажу, пошук нових ринків збуту тощо;

- виявлення тенденцій розвитку ринку: це може допомогти підприємству підготуватися до майбутнього, розробити стратегію розвитку та прийняти правильні рішення щодо інвестування ресурсів;

- розробка стратегії ціноутворення: це дозволяє визначити оптимальний рівень цін на продукцію, який забезпечить максимальну прибутковість;

- визначення обсягу та структури продажів: оцінка обсягу продажів дозволяє з'ясувати, яку частину ринку займає підприємство, які продукти є найбільш популярними серед покупців, та де потрібно розширювати або зменшувати продажі;

- аналіз прибутковості: оцінка прибутковості дозволяє визначити, скільки коштує виробництво та реалізація продукції, яку частину прибутку приносять продажі, та які фактори впливають на її рентабельність;

- виявлення проблем у реалізації продукції: аналіз дозволяє виявити проблеми, які виникають при реалізації продукції, такі як затримки в доставці, низька якість продукції, неправильна цінова політика та інші;

- визначення конкурентної позиції: аналіз дозволяє визначити, яку конкурентну позицію займає підприємство на ринку та які конкурентні переваги воно має в порівнянні з іншими гравцями;

- розробка стратегій для підвищення ефективності реалізації продукції: на основі результатів аналізу можна розробити стратегії для підвищення ефективності реалізації продукції. Наприклад, встановити оптимальну цінову політику, запровадити нові методи реклами та маркетингу, поліпшити якість продукції, розширити асортимент продукції, підвищити рівень обслуговування покупців тощо;

- оцінка рівня задоволення споживачів продукцією та їх потребами: ця інформація дозволяє зрозуміти, що очікували споживачі від продукції та чи відповідають їхні сподівання реальності, і на основі цього покращувати якість продукції. Також, за допомогою цього можна покращити конкурентоспроможність на ринку.

Практичне застосування аналізу виробництва та реалізації продукції є надзвичайно широким і охоплює різноманітні сфери діяльності підприємств. Аналіз може допомогти підприємствам виявляти проблеми та знайти їх рішення, вдосконалювати виробничі процеси, знижувати витрати, підвищувати якість продукції та збільшувати прибуток.

Отже, аналіз виробництва та реалізації продукції є незамінним інструментом для підприємств, який допомагає їм досягати успіху та підвищувати їх ефективність.

**Список використаних джерел:**

1. Бондаренко С.М., Леус А.Ю. Оцінка рівня якості продукції на підприємстві. *Ефективна економіка*. 2017. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5527>
2. Синькевич Н., Краузе О. Економічний аналіз: перспективи розвитку в умовах діджиталізації економіки. *Галицький економічний вісник*. 2023. № 2 (81). С 7-15. URL: [https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk\\_tntu2023.02.007](https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2023.02.007)