

6. KPMG. Corporatetaxratestable. URL: <http://home.kpmg.com/xx/en/home/services/tax/tax-tools-and-resources/tax-rates-online/corporate-tax-rates-table.html>.
7. Державна казначейська служба України. К.: Офіційний портал ДКСУ. URL: <http://treasury.gov.ua/>.
8. Державна служба статистики України. К.: Офіційний веб-сайт ДССУ: <http://ukrstat.gov.ua/>.
9. RevenueStatistics – OECD countries: Comparativetables. URL: <http://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=REV#>.
10. Проект Закону України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо податку на виведений капітал». URL: http://kmp.ua/wp-content/uploads/2016/06/ECT-draft-law_10_2016.pdf.
11. Девід Заха. Податок на прибуток підприємств чи податок на виведений капітал: аналіз та рекомендації [Серія аналітичних досліджень [PS/01/2017] / Д. Заха, Т. Оттен, О. Бетлій та ін. Берлін/Київ. Березень, 2017. 21 с.

УДК 657.422.8:339.187

Сафарова А.Т.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку і аудиту
Східноєвропейського національного університету
імені Лесі Українки

Корольчук І.Р.
студентка
Східноєвропейського національного університету
імені Лесі Українки

АНАЛІЗ ОБСЯГІВ РЕАЛІЗАЦІЇ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

У статті розглянуто напрями аналізу реалізації готової продукції. Наведено джерела інформації для аналізу готової продукції. Проаналізовано обсяги реалізації готової продукції та досліджено цінову політику на прикладі підприємства побутової хімії.

Ключові слова: готова продукція, реалізація, аналіз, побутова хімія, цінова політика.

Сафарова А.Т., Корольчук І.Р. АНАЛИЗ ОБЪЕМОВ РЕАЛИЗАЦИИ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ

В статье рассмотрены направления анализа реализации готовой продукции. Приведены источники информации для анализа готовой продукции. Проанализированы объемы реализации готовой продукции и исследована ценовая политика на примере предприятия бытовой химии.

Ключевые слова: готовая продукция, реализация, анализ, бытовая химия, ценовая политика.

Safarova A.T., Korolchuk I.R. ANALYSIS OF SALES VOLUME OF FINISHED GOODS

The article considers the directions of analysis of finished goods sales. Information sources for the analysis of finished goods are given. The volume of sales of finished goods has been analyzed and the pricing policy has been investigated on the example of household chemicals.

Key words: finished goods, sales, analysis, household chemicals, pricing policy.

Постановка проблеми. Операційний цикл діяльності підприємства побутової хімії завершується реалізацією готової продукції. Висока конкуренція на ринку побутової хімії змушує виробників постійно стежити за зміною попиту на продукцію та за своєю збутовою політикою.

Важливе місце у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства займає контроль за реалізацією продукції. Чистий дохід від реалізації готової продукції безпосередньо впливає на фінансовий результат, який є узагальнюючим показником роботи підприємства. У зв'язку з цим існує потреба в одержанні найбільш точної та аналітичної інформації для оперативного реагування на зміни в обсягах реалізації продукції, на зміни в цінах на продукцію тощо. Це надає актуальності питанням аналізу реалізації готової продукції, що дасть можливість підприємствам побутової хімії визначити основні напрями розвитку конкурентоспроможності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженнями аналізу готової продукції та її реалізації займалися відомі вітчизняні вчені М.С. Абрютіна, В.І. Ганін, Б.Є. Грабовецький, Є.П. Гнатенко, В.М. Івахненко, І.В. Замула, Г.І. Кіндрацька, В.О. Литвиненко, І.Ф. Прокопенко, Г.В. Савицька, М.Г. Чумаченко та інші. Однак, аналіз реалізації

готової продукції підприємств побутової хімії є не повністю розкритими.

Формулювання цілей статті. Метою статті є аналіз обсягів реалізації готової продукції та дослідження цінової політики на прикладі підприємства побутової хімії.

Виклад основного матеріалу дослідження. Реалізація продукції є сполучною ланкою між виробником і споживачем, саме тому аналізу обсягів реалізації готової продукції приділяється велика увага. Обсяг виробництва продукції та її реалізації залежить в основному від попиту на цю продукцію на ринку. Також на обсяг реалізації готової продукції впливають обрані підприємством канали збуту та мережа розповсюдження продукції. Аналізуючи канали збуту готової продукції, підприємству необхідно оцінити динаміку, структуру розповсюдження товарів, обсяг та інтенсивність охоплення каналів (прямого і непрямого) і розробити заходи щодо поліпшення мережі розповсюдження товарів.

Основними причинами, що можуть привести до скорочення каналів збуту готової продукції, можуть бути: помилка керівництва підприємства, яке залишило без достатньої уваги запити ринку; погіршення загальної економічної кон'юнктури; формування регіональної мережі збуту не на підставі

ретельних розрахунків конкретного попиту, а на підставі особистих можливостей (контактів) працівників служби збуту; загальне непередумане скорочення чисельності служби збуту замість того, щоб посилити певні її напрями; охоплення не всіх каналів збуту [2].

Основними джерелами інформації для аналізу реалізації готової продукції є: звіт про основні показники діяльності підприємства – форма № 1 – підприємство (коротка) річна, звіт про виробництво та реалізацію промислової продукції – форма № 1П-НПП (річна), терміновий звіт про виробництво промислової продукції (товарів, послуг) за видами – форма № 1-П (місячна) [3, с. 171].

На величину витрат, прибуток та рентабельність підприємства впливають темпи зростання обсягу реалізації готової продукції. Саме тому аналіз реалізації готової продукції має важливе значення. Виділимо такі основні напрями цього аналізу, як:

- оцінка рівня виконання плану (прогнозу) та динаміки реалізації готової продукції, асортименту і структури, а також аналіз її рівномірності та ритмічності;

- аналіз ціни реалізації готової продукції;

- аналіз виконання договірних зобов'язань щодо поставок готової продукції (виконання плану поставок за місяць та наростаючим підсумком загалом на підприємстві щодо окремих споживачів та видів продукції, аналіз розміру партій готової продукції, необхідна кількість транспортних засобів щодо поставок цієї продукції);

- оцінка каналів збуту та мереж розповсюдження готової продукції: проводиться оцінка динаміки, структури розповсюдження продукції та каналів її збуту, а також оцінка охоплення ринку збуту;

- аналіз цінової політики підприємства на товарних ринках;

- визначення впливу різних факторів на зміну величини цих показників [1, с. 29].

Товариство з обмеженою відповідальністю «Київський експериментальний завод побутової хімії» (ТОВ «КЕЗПХ») було створено як виробнича база науково-дослідного і проектного інституту хімічної промисловості. Основним видом економічної діяльності товариства є виробництво мила та мийних засобів, засобів для чищення та полірування.

Проаналізуємо кількість реалізованої продукції ТОВ «КЕЗПХ». Для цього використаємо дані, наведені в таблиці 1.

Дані таблиці 1 показують, що кількість реалізованої продукції у 2016 році становила 913 315,00 шт., що на 242 970,00 шт. та на 609 209,50 шт. більше, ніж у 2015 році та 2014 році відповідно. У тому числі побутова хімія під замовлення становила у 2016 році 23 926,00 шт., що на 11 758,00 шт. більше, ніж у 2015 році, побутова хімія займала найбільшу частку – 771 408,00 шт., промислова хімія становила 668,00 шт., що на 161 шт. менше, ніж у 2015 році, морська сіль – 113 300,00 кг.

Засоби продукції «Чистюня» продавалися у загальній кількості у 2016 році менше, ніж у 2015 році. Зокрема, засіб для миття посуду реалізовувався в жовтні 2016 року на 31 237 шт. менше, ніж це було у цьому ж місяці 2015 року, засіб для догляду за унітазами та засіб для миття скла знизилася в кількості 11 693 шт. та 23 945 шт. відповідно, а кількість проданого мила становила 14 378 шт., що на 8120 шт. менше, ніж у попередньому році.

У більшій кількості реалізовувалися засоби для миття підлоги, чищення та прання, а також продукція ВІО, окрім ВІО Green (на 4 шт. менше, ніж у попередньому році), ВІО Naturell (на 83994 шт. менше, ніж у 2015 році) та ВІО засіб для миття скла 750 мл (на 925 шт. менше, ніж у попередньому році).

Порівняємо ціну реалізації готової продукції ТОВ «КЕЗПХ» на основі даних, наведених у таблиці 2.

Таблиця 1

Динаміка кількості реалізованої продукції ТОВ «КЕЗПХ» за 2014–2016 роки

Номенклатура	Кількість продукції, шт.			Відхилення (+,-)		
	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2015/2014	2016/2015	2016/2014
ГОТОВА ПРОДУКЦІЯ	304105,50	670 345,00	913 315,00	366 239,50	242 970,00	609 209,50
I. РЛ ПОБУТОВА ХІМІЯ	23 561,50	12 168,00	23 926,00	-11 393,50	11 758,00	364,50
II. ПОБУТОВА ХІМІЯ	271896,00	655 266,00	771 408,00	383 370,00	116 142,00	499 512,00
«ЧИСТЮНЯ» NEW	216835,00	313 231,00	280 304,00	96 396,00	-32 927,00	63 469,00
«Чистюня» Засіб для миття посуду	23 287,00	64 453,00	33 216,00	41 166,00	-31 237,00	9 929,00
«Чистюня» Засіб для догляду за унітазами	84 385,00	61 521,00	49 828,00	-22 864,00	-11 693,00	-34 557,00
«Чистюня» Засіб для миття підлоги	10 933,00	17 157,00	19 645,00	6 224,00	2 488,00	8 712,00
«Чистюня» Засіб для миття скла	51 373,00	65 284,00	41 339,00	13 911,00	-23 945,00	-10 034,00
«Чистюня» Засіб для чищення	46 470,00	76 796,00	114 866,00	30 326,00	38 070,00	68 396,00
«Чистюня» Засіб для прання	0,00	5 522,00	7 032,00	5 522,00	1 510,00	7 032,00
«Чистюня» Мило	387,00	22 498,00	14 378,00	22 111,00	-8 120,00	13 991,00
ВІО	55 061,00	342 035,00	491 104,00	286 974,00	149 069,00	436 043,00
ВІО formula	32 921,00	43 869,00	51 538,00	10 948,00	7 669,00	18 617,00
ВІО Green	0,00	12,00	8,00	12,00	-4,00	8,00
ВІО Naturell	0,00	254 976,00	170 982,00	254 976,00	-83 994,00	170 982,00
ВІО Naturell ДОЙ ПАК	0,00	0,00	231 168,00	0,00	231 168,00	231 168,00
ВІО засіб для миття скла 750 мл.	13 920,00	15 060,00	5 735,00	1 140,00	-9 325,00	-8 185,00
ВІО НЯНЯ	6 442,00	21 293,00	22 197,00	14 851,00	904,00	15 755,00
ВІО Ag+	1 778,00	6 825,00	9 476,00	5 047,00	2 651,00	7 698,00
III. ПРОМИСЛОВА ХІМІЯ	1 058,00	897,00	668,00	-161,00	-229,00	-390,00
IV. СІЛЬ МОРСЬКА, кг	0,00	0,00	113 300,00	0,00	113 300,00	113 300,00

Джерело: розроблено авторами

Виходячи з даних таблиці 2, бачимо, що в середньому ціна побутової хімії, що реалізовується під замовлення, щороку збільшувалася, це залежить безпосередньо від кількості реалізованої продукції. Так, у 2016 році ціна одиниці продукції становила 27,10 грн., що на 13,65 грн. та на 19,48 грн. більше, ніж у попередньому році та у 2014 році відповідно.

Ціна одиниці продукції «Чистюня» також щороку зростала, а от загальна вартість продукції «ВІО» зменшилася у 2016 році порівняно з 2015 роком та 2014 роком на 1,79 грн. та 1,92 грн. відповідно.

Це могло бути спричинене зменшенням кількості реалізації деяких видів цієї продукції.

Ціна одиниці продукції промислової хімії має найвищу вартість у готовій продукції ТОВ «КЕЗПХ».

Оскільки ця продукція виготовляється та реалізовується різним підприємствам, заводам та іншим установам для дезінфекції їхніх приладів та устаткування, то така продукція продається у 5 л та 10 л канистрах, що забезпечує зручність та економічно вигідне її використання. Звідси й порівняно досить висока ціна на таку продукцію. У 2016 році ціна одиниці продукції промислової хімії становила

Таблиця 2

Динаміка ціни реалізації готової продукції ТОВ «КЕЗПХ» за 2014–2016 роки

Номенклатура	Ціна одиниці продукції, грн.			Відхилення (+,-)		
	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2015/2014	2016/2015	2016/2014
ГОТОВА ПРОДУКЦІЯ	8,89	12,44	11,45	3,55	-0,99	2,56
I. РЛ ПОБУТОВА ХІМІЯ	7,62	13,45	27,10	5,83	13,65	19,48
II. ПОБУТОВА ХІМІЯ	9,01	12,21	11,84	3,20	-0,37	2,83
«ЧИСТЮНЯ» NEW	8,06	11,78	13,63	3,72	1,85	5,57
«Чистюня» Засіб для миття посуду	5,99	10,75	12,65	4,76	1,90	6,66
«Чистюня» Засіб для догляду за унітазами	9,04	13,41	15,25	4,37	1,84	6,21
«Чистюня» Засіб для миття підлоги	10,86	13,61	16,93	2,75	3,32	6,07
«Чистюня» Засіб для миття скла	6,09	8,88	10,38	2,79	1,50	4,29
«Чистюня» Засіб для чищення	8,59	12,40	13,55	3,81	1,15	4,96
«Чистюня» Засіб для прання	0,00	13,93	16,12	13,93	2,19	16,12
«Чистюня» Мило	34,22	14,58	14,47	-19,64	-0,11	-19,75
ВІО	12,74	12,61	10,82	-0,13	-1,79	-1,92
ВІО formula	13,31	14,72	16,67	1,41	1,95	3,36
ВІО Green	0,00	17,20	78,65	17,20	61,45	78,65
ВІО Naturell	0,00	11,86	12,23	11,86	0,37	12,23
ВІО Naturell ДОЙ ПАК	0,00	0,00	6,86	0,00	6,86	6,86
ВІО засіб для миття скла 750 мл.	8,22	12,07	13,23	3,85	1,16	5,01
ВІО НЯНЯ	18,24	16,86	24,33	-1,38	7,47	6,09
ВІО Ag+	17,70	14,97	16,94	-2,73	1,97	-0,76
III. ПРОМИСЛОВА ХІМІЯ	56,83	84,46	140,57	27,63	56,11	83,74
IV. СІЛЬ МОРСЬКА, кг	0,00	0,00	3,94	0,00	3,94	3,94

Джерело: розроблено авторами

Таблиця 3

Динаміка обсягів реалізації продукції покупцям ТОВ «КЕЗПХ»

Контрагент	Обсяг реалізації, грн			Відхилення (+,-)		
	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2015/2014	2016/2015	2016/2014
АВ ТРЕЙДІНГ	39 236,16	0,00	0,00	-39 236,16	0,00	-39 236,16
Арікол	18 654,43	4 068,00	37 922,40	-14 586,43	33854,4	19 267,97
АШАН УКРАЇНА	0,00	0,00	123 525,00	0,00	123525	123 525,00
Бабій С.П.	0,00	7 405,15	4 599,62	7 405,15	-2805,53	4 599,62
ГРУПА РІТЕЙЛУ УКРАЇНИ ТОВ	27 629,28	0,00	14 648,40	-27 629,28	14648,4	-12 980,88
ЕЛЬФА ЛАБОРАТОРІЯ	2 851 811,35	7 959 200,39	9 057 048,10	5 107 389,04	1097847,71	6 205 236,75
Новус Україна	9 679,13	11 558,20	15 071,46	1 879,07	3513,26	5 392,33
ПРИМЕКС-ТДР	10 102,66	9 980,68	13 761,51	-121,98	3780,83	3 658,85
Промастер ТД	11 043,48	8 058,90	16 242,43	-2 984,58	8183,53	5 198,95
Риал Істейт Ф.К.А.У.	137 293,45	191 741,94	0,00	54 448,49	-191741,94	-137 293,45
СЕРВІС ПРО ТОВ	0,00	0,00	86 123,52	0,00	86123,52	86 123,52
ФНК Ельфа	224,64	10 098,00	446 855,69	9 873,36	436757,69	446 631,05
ХЕЛІКС ФЕМЕЛІ	0,00	0,00	458 418,60	0,00	458418,6	458 418,60
Інші	432322,25	111300,67	122001,73	-321 021,58	10701,06	-310 320,52
Разом	3 537 996,83	8313411,93	10396218,46	4 775 415,10	2082806,53	6 858 221,63

Джерело: розроблено авторами

140,57 грн., що на 56,11 грн. та 83,74 грн. більше, аніж у 2015 році та 2014 році відповідно.

Вартість реалізації одного кілограму морської солі становить 3,94 грн.

Отже, середня ціна одиниці реалізованої продукції ТОВ «КЕЗПХ» залежить від кількості проданої тієї чи іншої продукції, від витрат, що понесені на її виготовлення, та від ємкості, в яку розливається продукція. А вже від ціни та кількості продукції залежить обсяг її реалізації та дохід підприємства від продажу.

Проаналізуємо обсяги продажу готової продукції ТОВ «КЕЗПХ» в розрізі їх постійних покупців на основі даних таблиці 3.

Найбільшим покупцем ТОВ «КЕЗПХ» є ТОВ «Ельфа лабораторія», яка в свою чергу далі поставляє продукцію різним магазинам та підприємствам по всій території України. Обсяг реалізації цьому підприємству у жовтні 2016 року становив 9 057 048,10 грн., що на 1 097 847,71 грн. більше, ніж у попередньому році, та на 6205236,75 грн., ніж у 2014 році.

Одними із найбільших покупців за обсягами продажу продукції ТОВ «КЕЗПХ» у жовтні 2016 року є «Ашан Україна Гіпермаркет» – 123 525,00 грн.,

ФНК «Ельфа» – 446 855,69 грн., ТОВ «ХЕЛІКС ФЕМЕЛІ» – 458 418,60 грн. Обсяг реалізації іншим покупцям, що купують продукцію ТОВ «КЕЗПХ» не у великих обсягах, у жовтні 2016 року в загальному становив 122 001,73 грн., що на 10 701,06 грн. більше, ніж у попередньому році цього ж місяця, та на 310 320,52 грн. менше, ніж у жовтні 2014 року.

Загальний обсяг реалізації продукції контрагентом ТОВ «КЕЗПХ» у жовтні 2016 року становив 10 396 218,46 грн., що на 2 082 806,53 грн. більше, ніж у попередньому році, та на 6 858 221,63 грн. більше, ніж у 2014 році, що є безумовно позитивним результатом діяльності підприємства.

Порівнюємо кількість продукції ТОВ «КЕЗПХ», що була реалізована покупцям у жовтні 2014–2016 рр., на основі даних таблиці 4.

Оскільки ТОВ «КЕЗПХ» найбільше своєї продукції реалізовує ТОВ «Ельфа Лабораторія», то відповідно кількість продукції, що відвантажується цьому підприємству, є досить великою. Так, у жовтні 2016 році ТОВ «КЕЗПХ» реалізувало ТОВ «Ельфа лабораторія» свою продукцію у кількості 768 072 шт., що на 115 149 шт. більше, ніж у жовтні попереднього року, та на 502 437 шт. більше, ніж у цьому ж місяці 2014 року.

Таблиця 4

Динаміка кількості реалізованої продукції ТОВ «КЕЗПХ» у розрізі покупців

Контрагент	Кількість, шт.			Відхилення (+,-)		
	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2015/2014	2016/2015	2016/2014
АБ ТРЕЙДІНГ ТОВ	2 978	0	0	-2 978	0	-2 978
Арікол	344	50	1 560	-294	1 510	1 216
АШАН Україна гіпермаркет	0	0	8 790	0	8 790	8 790
Бабій С.П.	0	584	326	584	-258	326
Група Рітейлу України	2 712	0	876	-2 712	876	-1 836
ЕЛЬФА ЛАБОРАТОРІЯ	265 635	652 923	768 072	387 288	115 149	502 437
Новус Україна	146	60	159	-86	99	13
ПРИМЕКС-ТДР ТОВ	984	644	812	-340	168	-172
Промастер ТД ТОВ	252	275	186	23	-89	-66
Риал Істейт Ф.К.А.У.	20 067	15 303	0	-4 764	-15 303	-20 067
СЕРВІС ПРО ТОВ	0	0	712	0	712	712
ФНК Ельфа	2	200	113 700	198	113 500	113 698
ХЕЛІКС ФЕМЕЛІ	0	0	33 578	0	33 578	33 578
Інші	132 623	134 665	5 275	2 222	-129 390	-127 348
Разом	425 743	804 704	934 046	378 961	129 342	508 303

Джерело: розроблено авторами

Таблиця 4

Динаміка ціни одиниці продукції ТОВ «КЕЗПХ» у розрізі контрагентів

Контрагент	Ціна одиниці продукції, грн			Відхилення (+,-)		
	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2015/2014	2016/2015	2016/2014
АБ ТРЕЙДІНГ ТОВ	13,18	0,00	0,00	-13,18	0,00	-13,18
Арікол	54,23	81,36	24,31	27,13	-57,05	-29,92
АШАН УКРАЇНА ГІПЕРМАРКЕТ	0,00	0,00	14,05	0,00	14,05	14,05
Бабій С.П.	0,00	12,68	14,11	12,68	1,43	14,11
ГРУПА РІТЕЙЛУ УКРАЇНИ ТОВ	10,19	0,00	16,72	-10,19	16,72	6,53
ЕЛЬФА ЛАБОРАТОРІЯ	10,74	12,19	11,79	1,45	-0,4	1,05
Новус Україна	66,30	192,64	94,79	126,34	-97,85	28,49
ПРИМЕКС-ТДР ТОВ	10,27	15,50	16,95	5,23	1,45	6,68
Промастер ТД ТОВ	43,82	29,31	87,32	-14,51	58,01	43,50
Риал Істейт Ф.К.А.У.	6,84	12,53	0,00	5,69	-12,53	-6,84
СЕРВІС ПРО ТОВ	0,00	0,00	120,96	0,00	120,96	120,96
ФНК Ельфа	112,32	50,49	3,93	-61,83	-46,56	-108,39
ХЕЛІКС ФЕМЕЛІ	0,00	0,00	13,65	0,00	13,65	13,65
Інші	23,42	27,05	29,18	3,63	2,13	5,76

Джерело: розроблено авторами

Значною за кількістю була поставка продукції ТОВ «КЕЗПХ» у жовтні 2014 року таким покупцем підприємства, як: «Ріал Істейт Ф.К.А.У» – 20 067 шт., що на 4764 шт. більше, ніж у цьому ж місяці 2015 року, та іншим підприємствам у невеликих обсягах, але на загальну кількість 134 665 шт., що на 2222 шт. менше, ніж у жовтні 2015 року. А у 2016 році досить великими за кількістю були реалізації продукції ТОВ «КЕЗПХ» покупцям «ФНК Ельфа» – 113 700 шт. та ТОВ «ХЕЛІКС ФЕМЕЛІ» – 33 578 шт.

У загальному ТОВ «КЕЗПХ» у жовтні 2016 року реалізувало свою продукцію покупцям у кількості 934 046 шт., що на 129 342 шт. більше, ніж у жовтні попереднього року, та на 508 303 шт. більше, ніж у цьому ж місяці 2014 року.

Одним із важливих напрямів аналізу реалізації готової продукції є цінова політика підприємства на товарних ринках. Ціни гарантують підприємству запланований прибуток, конкурентоспроможність продукції та попит на неї. Через ціни здійснюються кінцеві комерційні цілі, визначається ефективність діяльності всіх ланок виробничо-збутової структури підприємства.

Цінову політику підприємство регулює шляхом встановлення цін на такому рівні та зміну їх (залежно від ситуації на ринку) так, щоб забезпечити досягнення поставлених цілей [1, с. 32].

Оскільки процес ціноутворення розглядається як серія процедур установа цін, то аналізують або окремі процедури, або весь комплекс, залежно від цілей аналізу.

Щодо ціни одиниці продукції, за якою ТОВ «КЕЗПХ» здійснює реалізацію, то вона відрізняється для кожного контрагента залежно від виду продукції, що обирає покупець, та її кількості. Дані для порівняння наведені в таблиці 4.

Виходячи з того, що середня ціна одиниці продукції залежить від її кількості, то відповідно ця ціна для кожного покупця є різною. Так, наприклад, у жовтні 2016 року ТОВ «КЕЗПХ» реалізувало свою продукцію ТОВ «Арікол» за ціною 24,31 грн., що на 57,05 грн. менше, аніж у попередньому році цього ж місяця. Це могло бути спричинене збільшенням кількості проданої продукції цьому підприємству на 1510 шт., а також можна припустити, що ТОВ «Арікол» придбало у 2016 році іншу продукцію, аніж у 2015 році.

Ціна реалізації одиниці продукції ТОВ «КЕЗПХ» для ТОВ «Ельфа лабораторія» також зазнавала змін за роки, що аналізуються. Так, у жовтні 2016 року продукція продавалася за ціною 11,79 грн., що на 0,40 грн. менше, ніж у жовтні попереднього року, та на 1,05 грн. більше, ніж у цьому ж місяці 2014 року.

Графічно динаміка ціни одиниці продукції ТОВ «КЕЗПХ» у розрізі контрагентів відображена на рисунку 1.

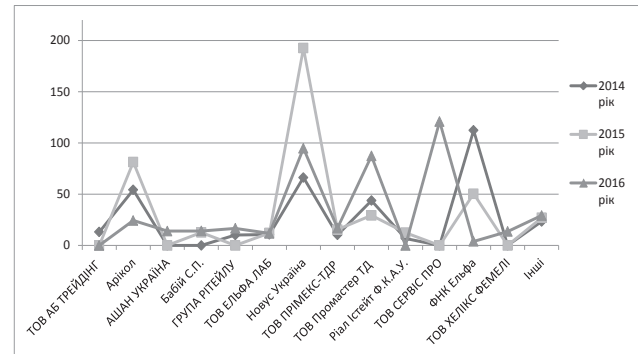


Рис. 1. Динаміка ціни одиниці продукції ТОВ «КЕЗПХ» у розрізі контрагентів

Джерело: розроблено авторами

За найбільшою ціною одиниці продукції була реалізація продукції ТОВ «КЕЗПХ» у жовтні 2014 року покупцю «ФНК Ельфа», у жовтні 2015 року – ТОВ «Новус Україна», у 2016 році того ж місяця – ТОВ «Сервіс ПРО».

Висновки та перспективи подальших досліджень. Аналіз реалізації готової продукції ТОВ «КЕЗПХ» показав, що підприємство досить активно здійснює свою діяльність протягом років, що аналізуються, оскільки спостерігається збільшення цієї продукції на ринках збуту, що, в свою чергу, збільшує кількість покупців. Зростання обсягів реалізації може бути спричинене досить невисокою ціною, але при цьому хорошою якістю продукції.

Підприємство повинне розробляти заходи для збільшення обсягів реалізації готової продукції, оскільки при цьому воно зможе мати реальні можливості збільшення обсягів реалізації продукції за умови внесення коректив у маркетингові прогнози, обґрунтування та підготовки комплексу управлінських рішень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гадзевич О.І. Основи економічного аналізу і діагностики фінансово-господарської діяльності підприємств: навчальний посібник / О.І. Гадзевич. К.: Кондор, 2004. 180 с.
2. Гнатенко Є.П. Аналіз збалансованості обсягів виробництва та реалізації продукції на підприємстві / Є.П. Гнатенко // Ефективна економіка. 2013. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2310>.
3. Замула І.В., Іваненко В.О. Аналіз обсягів виробництва промислової продукції на основі даних статистичної звітності / І.В. Замула, В.О. Іваненко // Міжнародний збірник наукових праць. 2015. Випуск 1(19). С. 166–173.