

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ АНАЛІТИЧНОЇ ДІАГНОСТИКИ ОБСЯГУ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL BASES OF ANALYTICAL DIAGNOSTICS OF THE FACILITY OF IMPLEMENTATION OF PRODUCTS OF THE ENTERPRISE

У статті визначено необхідність удосконалення методики аналізу реалізації продукції підприємства, представлено послідовність аналізу на прикладі ТОВ «Дельта». Визначено, що аналіз слід розпочинати з огляду стану та структури доходів підприємства. Значну увагу приділено аналізу виконання договірних зобов'язань підприємства із зазначенням факторів впливу. Запропоновано 8 етапів проведення аналізу, які в логічній послідовності дадуть інформацію для своєчасного прийняття управлінських рішень. Представлено основні напрями підвищення ефективності аналізу реалізації готової продукції, а саме на постійній основі здійснення оперативного аналізу обсягу реалізації продукції, проведення аналізу реалізації готової продукції в комплексі з аналізом дебіторської заборгованості покупців продукції та аналізом результатів від продажу продукції, а також продовження реформування системи обліку й бухгалтерської звітності підприємств України та вдосконалення національних стандартів бухгалтерського обліку відповідно до міжнародних стандартів.

Ключові слова: аналіз, реалізація продукції, обсяг реалізації, договірні зобов'язання, етапи аналізу, оперативний аналіз, дебіторська заборгованість, результат від реалізації продукції.

В статті определена необходимость совершенствования методики анализа

реализации продукции предприятия, представлена последовательность анализа на примере ООО «Дельта». Определено, что анализ следует начинать с горизонтального и вертикального обзора доходов предприятия. Значительное внимание уделено анализу выполнения договорных обязательств предприятия с указанием факторов воздействия. Предложено 8 этапов проведения анализа, которые в логической последовательности дадут информацию для своевременного принятия управленческих решений. Представлены основные направления повышения эффективности анализа реализации готовой продукции, а именно на постоянной основе осуществления оперативного анализа объема реализации продукции, проведение анализа реализации готовой продукции в комплексе с анализом дебиторской задолженности покупателей продукции и анализом результатов от продажи продукции, а также продолжение реформирования системы учета и бухгалтерской отчетности предприятий Украины и совершенствования национальных стандартов бухгалтерского учета в соответствии с международными стандартами.

Ключевые слова: анализ, реализация продукции, объем реализации, договорные обязательства, этапы анализа, оперативный анализ, дебиторская задолженность, результат от реализации продукции.

УДК 657.1

Гнатенко Є.П.к.е.н., доцент,
доцент кафедри обліку
та оподаткуванняМиколаївський національний
університет імені В.О. Сухомлинського

The article determines that the enterprise can receive an answer to the questions on the organization of the process of realization of products, implementation of the plan on the volume of sales of products, contractual obligations in accordance with the concluded supply contracts only as a result of the analysis of the volume of sales of products. The purpose of the article is to study the current practice of analyzing the volume of sales of the company's products and to provide suggestions for improving the specified direction of analytical work at the enterprise. The sequence of sales analysis is presented on the example of LLC Delta. It is proposed at the first stage to analyze the net income from sales of products, the receipt of amounts of income from participation in capital, other financial income. The dynamics of the change in these indicators makes it possible to draw conclusions and develop measures on the growth of net income of the enterprise. It is advisable to carry out this analysis quarterly. The next stage is the analysis of the dynamics and implementation of the plan on the volume of sales of products, where appropriate to study the tension of the plan. The non-fulfillment of the plan for the volume of sales can be influenced by a number of factors that can be investigated when analyzing the relationship between sales and production at the enterprise in a particular period – this is the 3 stage of analysis. The fourth stage of the analysis can provide more detailed information on the volume of sales of products in the context of months. An important stage is the analysis in the assortment-structural section (stage 5). In the process of analysis, it is also necessary to establish the overall size of the reserves for the increase of output, as well as the potential output. Each enterprise concludes contracts for the supply of finished products with other enterprises, undertakes to supply products in a certain amount, prices, assortment, terms. Consequently, the analysis of the fulfillment of the plan of contract obligations for the supply of products is 6 stages. One of the reasons for not fulfilling the implementation plan, contractual obligations, reducing sales under supply contracts may be the most common reason – the insolvency of buyers. It is offered to carry out operational – daily analysis of the plan of sales of products under contracts. The main directions of increasing the efficiency of the analysis of finished products are: implementation of a continuous analysis of the operational analysis and the 7th stage of the analysis of the implementation of finished products in a complex with the analysis of receivables buyers of products, and at the 8th stage of the analysis of results from the sale of products and the identification of factors of influence. Also, continue to reform the accounting and accounting system of Ukrainian enterprises and improve the system of national accounting standards in accordance with international standards.

Key words: analysis, sales of products, volume of sales, contractual obligations, stages of analysis, operational analysis, receivables, result from sales of products.

Постановка проблеми. Реалізація продукції (робіт, послуг) – це господарська операція суб'єкта підприємницької діяльності, що передбачає передавання права власності на продукцію (роботи, послуги) іншому суб'єкту підприємницької діяльності в обмін на еквівалентну суму коштів або боргових зобов'язань. Відповідь на питання щодо

організації процесу реалізації продукції, виконання плану з обсягу реалізації продукції, договірних зобов'язань відповідно до укладених договорів поставок підприємство може отримати тільки в результаті аналізу обсягу реалізації продукції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Організації процесу реалізації продукції та її ана-

літичної діагностики присвятили праці такі науковці, як Л. Бернштейн, О.М. Голова, Г.П. Голубнича, Н.О. Гура, В.І. Єфименко, І.В. Жолнер, І.В. Жиглей, С.І. Ковач, О.І. Коблянська, Г.І. Купалова, М.В. Кужельний, В.Г. Линник, О.В. Лишilenко, С.З. Мошенський, В.М. Мурашка, В.М. Пархоменко, І.І. Пилипенко, В.Я. Савченко, В.В. Сопко, П.Л. Сук, В.Г. Швець. Існують різноманітні методики аналізу реалізації продукції, проте кожна з них має свої позитивні та негативні сторони. Проблеми щодо зростання доходів від реалізації продукції підприємств України потребують удосконалення організації, методики проведення аналізу обсягів реалізації продукції.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження діючої практики аналізу обсягу реалізації продукції підприємства та надання пропозицій щодо вдосконалення зазначеного напрямку аналітичної роботи на підприємстві.

Виклад основного матеріалу дослідження. Одним з перших та найголовніших тематичних аналізів, який необхідно здійснювати на підприємстві, є аналіз реалізації продукції, який здійснюється в декілька етапів. Важливість обсягу реалізації продукції полягає в тому, що від цього показника залежать результати діяльності підприємства, його фінансовий стан, перспективи розвитку. Завдяки цьому аналізу управлінці підприємства отримують інформацію стосовно суми чистого доходу від реалізації продукції (дохід від операційної діяльності), отримання сум доходу від участі в капіталі, інших фінансових доходів (дохід від фінансової діяльності). Динаміка зміни цих показників як за абсолютними, так і за відносними величинами дає можливість зробити висновки та

розробити заходи щодо зростання чистих доходів підприємства. Інформаційним джерелом такого аналізу є Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) (форма № 2). Доцільно цей аналіз здійснювати щоквартально. На наш погляд, це є першим етапом аналізу (табл. 1).

Послідовність аналізу реалізації продукції представлено на прикладі ТОВ «Дельта». Недоліком цього аналізу є відсутність інформації стосовно виконання плану реалізації продукції, договірних зобов'язань з поставок продукції як загалом, так і за асортиментом або номенклатурою, або періодами зокрема.

Важливим етапом є аналіз динаміки та виконання плану з обсягу реалізації продукції. Крім того, на цьому етапі доцільно дослідити напруженість плану (табл. 2).

На невиконання плану з обсягу реалізації продукції може впливати низка факторів, зокрема маркетингова політика підприємства, її гнучкість, активність; рівень виконання завдань з випуску продукції за обсягом, асортиментом та якістю; зміна залишків готової продукції на складі на початок і кінець звітного періоду; зміна залишків товарів, відвантажених на початок та кінець звітного періоду; ритмічність виробництва; забезпеченість підприємства тарою, транспортними засобами; чітка система організації збуту продукції, контролю за ходом випуску, відвантаження продукції, оформлення розрахунків і надходження платежів від покупців; витрати на доставку продукції; збутові знижки за прямими зв'язками [4]. Значна кількість перелічених факторів може бути досліджена під час аналізування взаємозв'язку реалізації та виробництва продукції на підприємстві у

Таблиця 1

Аналіз стану та структури доходів ТОВ «Дельта»

Показник	2016 р.		2017 р.		Абсолютне відхилення		
	Сума, тис. грн.	Питома вага, %	Сума, тис. грн.	Питома вага, %	суми, +/-	темпу приросту, %, +/-	питомої ваги, %
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	12 563,1	100,0	10 117,9	100,0	-2 445,2	-19,5	–
Інші операційні доходи	–	–	–	–	–	–	–
Інші фінансові доходи	–	–	–	–	–	–	–
Інші доходи	–	–	–	–	–	–	–
Всього доходів	12 563,1	100,0	10 117,9	100,0	-2 445,2	-19,5	–

Таблиця 2

Аналіз динаміки та виконання плану обсягу реалізації продукції ТОВ «Дельта», тис. грн.

Показник	2016 р.	2017 р.		Відхилення планової реалізації від 2016 р.		Відхилення фактичної реалізації від 2016 р.	
		план	факт	тис. грн.	%	тис. грн.	%
Реалізація продукції у діючих цінах підприємства	12 563,1	13 000,0	10 117,9	+436,9	+3,5	-2 445,2	-19,5

визначеному періоді [7] (3 етап аналізу) (табл. 3). Взаємозв'язок реалізації та виробництва продукції також можна досліджувати за допомогою такої тотожності:

Залишки продукції на початок періоду + Виробництво товарної продукції = Залишки продукції на кінець періоду + Реалізована продукція.

Четвертий етап аналізу може надати більш детальну інформацію щодо показників обсягу реалізації продукції в розрізі місяців (табл. 4) [1]. На наш погляд, на підприємстві необхідно здійснювати оперативний аналіз (щоденний або щодаквандний), метою якого є своєчасне отримання інформації та можливість управлінців негайно приймати рішення стосовно зростання обсягів реалізації продукції.

Важливим етапом (5 етап) аналізу обсягу реалізації продукції є аналіз в асортиментно-структурному розрізі. Зміни в структурі реалізації продукції здійснюють значний вплив на всі фінансові показники [6]. У процесі аналізування необхідно також встановити загальну величину резервів збільшення випуску продукції, а також потенційно можливий обсяг випуску продукції.

Кожне підприємство укладає договори постачання готової продукції з іншими підприємствами, бере на себе зобов'язання поставляти продукцію у визначеному обсязі, цінах, асортименті, термінах. Невиконання договірних зобов'язань поставок продукції карається штрафами, пенями, неустой-

ками. Отже, фінансовий стан підприємства опиняється під загрозою. У зв'язку з цим великого значення набуває аналіз виконання плану договірних зобов'язань із поставок продукції (6 етап). Аналіз виконання договірних зобов'язань з поставок продукції ТОВ «Дельта» представлено в табл. 5.

Інформаційною базою аналізу виконання договірних зобов'язань є дані договорів на поставку продукції, а також показники управлінського обліку підприємства. Одним із завдань аналізу є вивчення причин недопоставки готової продукції. Такими причинами можуть бути:

- невиконання завдань з випуску продукції за обсягом, асортиментом;
- порушення ритмічності виробництва;
- погіршення якості продукції, зниження її конкурентоспроможності;
- недостатньо чітка робота відділу збуту (маркетингу);
- коригування завдань з випуску та реалізації продукції;
- неузгодженість роботи окремих цехів та підрозділів;
- відсутність добре налагодженої системи обліку, контролю, аналізу тощо [9].

Однією з причин невиконання плану реалізації, договірних зобов'язань, зниження реалізації за договорами поставок може бути найпоширеніша причина, а саме неплатоспроможність покупців. За результатами аналізу необхідно розробити

Таблиця 3

Аналіз співвідношення обсягу реалізованої та виробленої продукції ТОВ «Дельта» у 2017 р. (в діючих цінах), тис. грн. [1]

Показник	За планом	Фактично	Відхилення від плану	Темп зростання, %
Випуск продукції	13 700,0	13 670,0	-30,0	99,8
Реалізація продукції	13 000,0	10 117,9	-2 882,1	77,8
Зміна залишків готової продукції на складах і відвантаженої за 2017 р.	+700,0	+3 552,1	+2 852,1	507,4

Таблиця 4

Аналіз динаміки реалізації продукції ТОВ «Дельта» у зівставних цінах у розрізі місяців

Період	2016 р.	2017 р.	Абсолютне відхилення (+, -), тис. грн.	Темп зростання, %
Січень	645,3	629,0	-16,3	97,5
Лютий	891,5	817,5	-74,0	91,7
Березень	882,3	652,4	-229,9	73,9
Квітень	1 211,7	1 002,5	-209,2	82,7
Травень	1 057,6	815,0	-242,6	77,1
Червень	1 274,1	1 223,7	-50,4	96,0
Липень	1 090,7	817,3	-273,4	74,9
Серпень	1 325,1	1 312,3	-12,8	99,0
Вересень	1 214,9	974,5	-240,4	80,2
Жовтень	1 130,8	812,5	-318,3	71,9
Листопад	1 011,5	743,5	-268,0	73,5
Грудень	827,6	317,7	-509,9	38,4

Таблиця 5

Аналіз виконання договірних зобов'язань з поставок продукції за жовтень 2017 р. ТОВ «Дельта»

Місяць	Виробництво продукції для виконання угод за планом, тис. грн.		Кількість недопоставленої продукції за угодами, тис. грн.		Виконання договірних зобов'язань з поставок продукції			
	за звітний місяць	з початку року	за звітний місяць	з початку року	за звітний місяць		з початку року	
					за звітний місяць	з початку року	за звітний місяць	з початку року
1	700	700	71,0	71,0	629,0	89,9	629,0	89,9
2	820	1 520	2,5	73,5	817,5	99,7	1 446,5	95,2
3	700	2 220	47,6	121,1	652,4	93,2	2 098,9	94,5
4	1 000	3 220	-2,5	118,6	1002,5	100,3	3 101,4	96,3
5	1 000	4220	185,0	303,6	815,0	81,5	3 916,4	92,8
6	1 200	5 420	-23,7	279,9	1 223,7	102,0	51,40,1	94,8
7	900	6320	82,7	362,6	817,3	90,8	5 957,4	94,3
8	1 350	7 670	37,7	400,3	1 312,3	97,2	7 269,7	94,8
9	980	8 650	5,5	405,8	974,5	99,4	8 244,2	95,3
10	820	9 470	7,5	413,3	812,5	99,1	9 056,7	95,6
11	750	10 220	6,5	419,8	743,5	99,1	9 800,2	95,9
12	800	11 020	482,3	902,1	317,7	39,7	10 117,9	91,8

план заходів щодо виконання плану поставок продукції за договорами, основним з яких повинен бути оперативний, а саме щоденний аналіз плану реалізації продукції за договорами.

Висновки з проведеного дослідження.

В результаті дослідження нами визначена така послідовність аналізу реалізації продукції:

- 1) аналіз стану та структури доходів;
- 2) аналіз динаміки та виконання плану обсягу реалізації продукції;
- 3) аналіз співвідношення обсягу реалізованої та випущеної продукції;
- 4) аналіз обсягу реалізації продукції в асортиментно-структурному розрізі;
- 5) аналіз динаміки реалізації продукції у розрізі місяців;
- 6) аналіз виконання договірних зобов'язань з поставок продукції.

Основними напрямками підвищення ефективності аналізу реалізації готової продукції є здійснення на постійній основі оперативного аналізу, на 7 етапі – проведення аналізу реалізації готової продукції в комплексі з аналізом дебіторської заборгованості покупців продукції, а на 8 етапі – проведення аналізу результатів від продажу продукції та виявлення факторів впливу. Також слід продовжувати реформування системи обліку й бухгалтерської звітності підприємств України та вдосконалювати систему національних стандартів бухгалтерського обліку відповідно до міжнародних стандартів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гнатенко Є.П. Аналіз збалансованості обсягів виробництва та реалізації продукції на підприємстві. *Ефективна економіка*. 2013. № 9. URL:

www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2310 (дата звернення: 28.04.2019).

2. Дзюба І.В., Шашина М.В. Вплив факторів на збільшення прибутку підприємства. *Актуальні проблеми економіки і управління* : збірник наукових праць. Київ : НТУУ «КПІ». URL: ela.kpi.ua/bits/tream/123456789/.../1/2011_4_3_Dzyuba.pdf (дата звернення: 21.04.2019).

3. Іваненко В.О., Поліщук І.Р. Оцінка сукупних вартісних показників обсягу промислової продукції. *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. 2015. № 1 (71). С. 222–228. URL: ven.ztu.edu.ua/article/viewFile/50158/46219 (дата звернення: 26.04.2019).

4. Іваницька В.О., Хаустова Є.Б. Проблеми обліку та аналізу готової продукції та її реалізації. *Наука онлайн*. 2017. № 12. URL: <https://nauka-online.com/ua/publications/ekonomika/2017/12/problemy-ucheta-i-analiza-gotovoj-produktsii-i-ee-realizatsii> (дата звернення: 28.04.2019).

5. Попович П.Я. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання : підручник. 3-тє вид., перероб. і доп. Київ : Знання, 2008. 630 с.

6. Сливка Я.В. Аналіз показників виробництва та реалізації продукції: ретроспективний огляд. *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. 2011. № 4 (58). С. 142–145. URL: ven.ztu.edu.ua/article/view/61515 (дата звернення: 25.04.2019).

7. Тарасенко Н.В. Економічний аналіз : навчальний посібник. 4-те вид., стереотип. Львів : Новий Світ-2000, 2006. 344 с.

8. Челець О.Г., Клочко К.Ю. Особливості організації обліку процесу реалізації продукції. *Ефективна економіка*. 2017. № 1. URL: www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5395 (дата звернення: 23.04.2019).

9. Черниш С.С. Економічний аналіз : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 312 с. URL: uchebник-online.net/.../49-analiz-materialnix-resursiv-pidpri (дата звернення: 24.04.2019).

REFERENCES:

1. Gnatenko E.P. (2013) Analiz zbalansovanosti obsiahiv vyrobnytstva ta realizatsii produktsii na pidpriemstvi. [Analysis of the balance of production and sales of products at the enterprise]. *Efektivna ekonomika* [Effective economy], no. 9. Available at: www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2310 (accessed: 28.04.2019).
2. Dziuba I.V., Shashina M.V. (2011) Vplyv faktoriv na zbilshennia prybutku pidpriemstva. [Influence of factors on increase of profit of the enterprise]. (Collection of scientific works). Kyiv : NTUU "KPI" [NTUU "KPI"]. Available at: ela.kpi.ua/bitstream/123456789/.../1/2011_4_3_Dzyuba.pdf (accessed: 21.04.2019).
3. Ivanenko V.O., Polishchuk I.R. (2015) Otsinka sukupnykh vartisnykh pokaznykiv obsiahu promyslovoi produktsii. [Estimation of the total cost indicators of the volume of industrial products]. (Bulletin of the Zhytomyr State Technological University. Series). *Ekonomichni nauky* [Economic Sciences], no. 1 (71). pp. 222–228. Available at: ven.ztu.edu.ua/article/view-File/50158/46219 (accessed: 26.04.2019).
4. Ivanitskaya V.O., Khustova E.B. (2017) Problemy obliku ta analizu hotovoi produktsii ta yii realizatsii. [Problems of accounting and analysis of finished products and their implementation]. *Nauka onlain* [Science Online], no. 12. Available at: <https://nauka-online.com/ua/publications/ekonomika/2017/12/problemy-ucheta-i-analiza-gotovoj-produktsii-i-ee-realizatsii> (accessed: 28.04.2019).
5. Popovich P.Ya. (2008) *Ekonomichnyi analiz diialnosti subiektiv hospodariuvannia*. [Economic analysis of business entities]. Kiev : Knowledge (in Ukrainian).
6. Slyva Ya.V. (2011) *Analiz pokaznykiv vyrobnytstva ta realizatsii produktsii*. [Analysis of indicators of production and sales: retrospective review]. *Ekonomichni nauky* [Economic Sciences] (Bulletin of the Zhytomyr State Technological University), no. 4, pp. 142–145. Available at: ven.ztu.edu.ua/article/view/61515 (accessed: 25.04.2019).
7. Tarasenko N.V. (2006) *Ekonomichnyi analiz*. [Economic analysis]. Lviv : New World-2000 (in Ukrainian).
8. Chepts O.G., Klochko K.Yu. (2017) *Osoblyvosti orhanizatsii obliku protsesu realizatsii produktsii*. [Features of the organization of accounting of the process of product sales]. *Efektivna ekonomika* [Effective economy], (electronic journal), no. 1. Available at: www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5395 (accessed: 23.04.2019).
9. Chernysh S.S. (2010) *Ekonomichnyi analiz*. [Economic analysis]. Kyiv : Center of educational literature (in Ukrainian). Available at: uchebnik-online.net/.../49-analiz-materialnix-resursiv-pidpri (accessed: 24.04.2019).

Gnatenko Yevheniya

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Accounting and Taxation
Nikolayev National University named after V.O. Sukhomlynsky

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL BASES OF ANALYTICAL DIAGNOSTICS OF THE FACILITY OF IMPLEMENTATION OF PRODUCTS OF THE ENTERPRISE

The purpose of the article. Realization of products (works, services) – economic operation of the subject of entrepreneurial activity, which involves the transfer of ownership of products (work, services) to another entity business in exchange for an equivalent amount of funds or debt obligations. The answer to the question of the organization of the process of sales of products, the implementation of the plan on the volume of sales of products, contractual obligations in accordance with the concluded supply contracts can be obtained only by the company as a result of the analysis of the volume of sales. The purpose of the article is to study the current practice of analyzing the volume of sales of the company's products and to provide suggestions for improving the specified direction of analytical work at the enterprise.

Methodology. The methodology of the current practice of analyzing the volume of sales of products is based on the logical sequence of the stage by the stage of obtaining information regarding the implementation of the plan, changes in dynamics, the ratio of volume of sold and released products, assortment and structural breakdown of product sales, performance of contractual obligations on product deliveries. The methodological sequence of the analysis of the volume of sales of the products is as follows: stage 1 – analysis of the status and structure of income; stage 2 – analysis of the dynamics and implementation of the plan of sales volume; stage 3 – analysis of the ratio of volume of sold and released products; stage 4 – analysis of the volume of sales in assortment-structural section; stage 5 – analysis of the dynamics of product sales in the context of months; stage 6 – analysis of the implementation of contractual obligations for the supply of products; stage 7 – analysis of receivables buyers of products; stage 8 – analysis of results from the sale of products. The obtained information gives an opportunity to draw conclusions and make effective management decisions regarding the growth of sales volumes.

Results. The sequence of the analysis of sales is presented on the example of LLC "Lasunya". The main directions of increasing the efficiency of the analysis of the implementation of finished products are: the implementation of a continuous operational (daily, or every decade) analysis of sales, analysis of sales of products under contracts, as well as an analysis of the implementation of finished products in conjunction with the analysis of receivables buyers products, analysis of results from sales of products. Also, the continuation of the reform of the accounting and accounting system of Ukrainian enterprises and the improvement of the system of national accounting standards in accordance with international standards.

Practical implications. Particular attention in the work is paid to implementation of the plan for the sale of products under contracts. The analysis determines the factors influencing this indicator. One of the reasons for not implementing a plan for implementation, contractual obligations, reducing the implementation of supply contracts can serve as a reason for insolvency of buyers. According to the results of the analysis, measures are being developed to implement the plan for the implementation of products under contracts, the main of which should be operational – a daily analysis of the plan for the sale of products under contracts, which will allow the timely adoption of the necessary management decisions.

Value/originality. In this paper, we considered the questions regarding the methodology for analyzing the volume of sales of products. There are various methods for analyzing sales, but each has its own positive and negative sides. Problems in relation to the growth of revenues from sales of Ukrainian enterprises need to improve the organization and methodology for analyzing sales volumes. Therefore, we offer in tandem with the analysis of product sales to analyze the receivables – this will help identify untimely and overdue payment for products sold, which will increase the company's income, as well as analyze the results from the sale of products and timely identify the factors of impact on the company's income.