

Принципова схема аналізу формування виробничої програми швейних підприємств в ринкових умовах

В даний час народне господарство України вступило у тривалу фазу трансформації від командно-адміністративної економіки в ринкову, що вимагає суттєвих змін як у психології управлінських кадрів, так і в методах аналітичного обґрунтування управлінських рішень.

Приведений нами теоретичний і практичний аналіз діяльності швейного підприємства, показав, що основною причиною цього явища є недостатнє аналітичне обґрунтування виробничої програми підприємства. Єдині новації у цьому питанні - це певне вивчення попиту на продукцію підприємства.

Разом із тим споживач у силу своїх природно-психологічних особливостей ставить свої вимоги до одягу, хоче вибрати й одержати за свої гроші такий виріб, який відповідає його потребам. Плануючи випуск продукції швейні підприємства повинні враховувати, що кожен споживчий сегмент ринку одягу ставить свої вимоги до якості та моди, орієнтований на конкретний асортимент і може собі дозволити певний рівень цін. Екстенсивний ріст виробництва, при незмінній асортиментно - якісній товарній політиці, неузгодженість якості та напрямків розвитку моди потребам окремих категорій споживачів приводить до появи на ринку одягу, який не користується попитом, який сповільнює оборотність обігових коштів підприємств і тим самим ставить їх у складне фінансове становище.

Слід зазначити, що сам процес формування виробничої програми на швейних підприємствах в умовах ринкової економіки є досить складною проблемою, через необхідність врахування впливу великого числа факторів, та значному елементі невизначеності у встановленні їхніх значень. Ситуація ускладнюється і тим, що на момент прийняття рішень відсутні достовірні статистичні дані, які дають можливість обґрунтувати рівень важливості окремих факторів в реальній ситуації, а також інформації, яка дозволила б об'єктивно оцінити можливі наслідки вибору того чи іншого варіанту виробничої програми. Вихід із цієї ситуації ми бачимо у структуризації проблеми та оцінки рівня ризику по кожному з порівнюваних варіантів.

Для цього нами була розроблена спеціальна схема аналітичного обґрунтування рішень з формування виробничої програми швейного підприємства, виходячи з принципів маркетингу, яка розбиває процеси підготовки рішення на ряд етапів. Вона має наступний вигляд (див. схему):

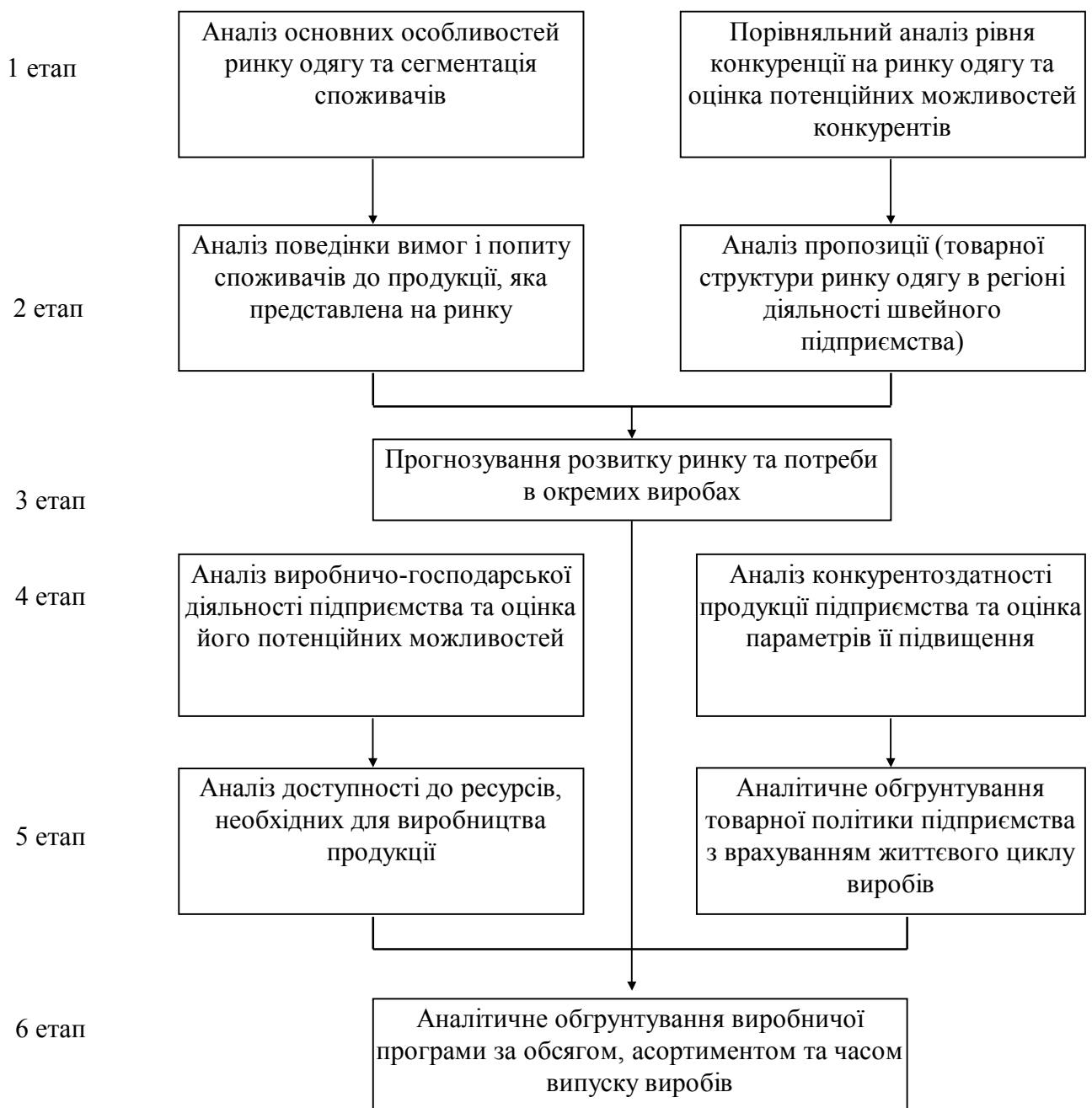


Рис. Схема аналізу обґрунтування виробничої програми швейного підприємства

До структуризації аналітичних задач при формуванні виробничої програми, які слід обов'язково розв'язати на кожному з названих її етапів, запропонований нами підхід дозволить швейному підприємству не тільки не втратити своїх позицій на ринку одягу, але і суттєво поліпшити їх у довготривалій перспективі за рахунок формування товарної політики, яка найбільше буде відповідати потребам жителів України.

Оцінку рівня ризику виробничої програми ми пропонуємо оцінювати з допомогою відомого Z розподілу, який пов'язує між собою виникнення певної ситуації на ринку одягу з імовірністю її впливу на реалізацію виробничої програми швейного підприємства.

Введення в аналітичне обґрунтування формування виробничої програми показника

економічного ризику, дозволить більш об'єктивно оцінювати результати формування виробничої програми підприємства і уникати тих її варіантів, які можуть при несприятливому збігу обставин привести його до банкрутства.