

**Тернопільська академія народного господарства**

**ГОЛЯШ ІРИНА ДМИТРІВНА**

**УДК: 338. 439. 62**

**ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ПОПИТУ  
НА ПЛЮДООВОЧЕКОНСЕРВНУ ПРОДУКЦІЮ**

Спеціальність 08. 06. 04 – бухгалтерський облік, аналіз та аудит

**АВТОРЕФЕРАТ**

дисертації на здобуття наукового ступеня  
кандидата економічних наук

**Тернопіль – 2002**

Дисертацією є рукопис  
Робота виконана на кафедрі економічного аналізу Тернопільської академії народного господарства  
Міністерства освіти і науки України

**Науковий керівник** – кандидат економічних наук, професор  
**Федорович Роман Володимирович**,  
Тернопільська академія народного господарства,  
директор Інституту економіки і управління,  
професор кафедри економічного аналізу

**Офіційні опоненти:** – доктор економічних наук, професор  
**Валуєв Борис Іванович**,  
Одеський державний економічний університет,  
завідувач кафедри бухгалтерського обліку та аудиту;

– кандидат економічних наук, доцент  
**Бачинський Василь Іванович**,  
Львівська комерційна академія,  
завідувач кафедри бухгалтерського обліку

**Провідна установа** – Львівський національний університет ім. Ів. Франка  
Міністерства освіти і науки України,  
кафедра обліку і аудиту, м. Львів

Захист відбудеться 14.03.2002 р. о 11 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради  
Д 58. 082. 01 у Тернопільській академії народного господарства за адресою: 46004, м. Тернопіль,  
вул. Львівська, 11, ауд. 1300

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Тернопільської академії народного  
господарства за адресою: 46004, м. Тернопіль, вул. Львівська, 11

Автореферат розісланий 13.02.2002 р.

Вчений секретар спеціалізованої вченої ради,  
доктор економічних наук, професор

Штефаніч Д. А.

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми.** Ринкова трансформація економіки України вимагає орієнтації виробництва на попит населення. Необхідність своєчасного встановлення обсягів випуску продукції відповідно до потреб споживачів є невідкладним завданням вітчизняних підприємств. Розв'язання даного завдання потребує використання економічного аналізу, який вивчає мікроструктуру попиту та закономірності його формування на макрорівні.

Застосування аналізу попиту має надзвичайно важливе значення для вітчизняної консервної промисловості, оскільки в умовах ринкових відносин потенційні можливості підприємств галузі використовуються не в повній мірі. Впровадження аналізу попиту сприятиме прийняттю обґрунтованих управлінських рішень, ефективному забезпеченню населення продуктами переробки овочів і фруктів, поліпшить фінансові результати діяльності підприємств.

Проблеми, пов'язані із застосуванням аналізу попиту в сучасних умовах, є одними з найактуальніших через відсутність необхідних теоретичних розробок, недосконале інформаційне забезпечення, непідготовленість фахівців, які могли б проводити необхідні ринкові дослідження.

Донедавна в Україні аналізу попиту не приділялася належна увага, а в країнах з розвинутою економікою є значні досягнення як в теоретичному, так і у практичному плані. Наукові праці таких відомих зарубіжних вчених, як Ф. Котлер, Г. Дж. Болт, П. Гейк, П. Джексон, Х. Зайдель, Р. Теммен та інших дають можливість перейняти цей багатий досвід і застосувати його у вітчизняній практиці.

Досвід аналізу попиту, що протягом тривалого часу накопичувався у країнах з розвинутою ринковою економікою, бачиться нам дуже цінним, але не завжди методичні нароби закордонних фахівців можна використати у вітчизняній практиці. У зв'язку з цим слід вказати на появу за останні роки наукових праць з даного питання, підготовлених вченими України та країн СНД. Це роботи таких українських авторів, як Г.В. Балабанов, А.О. Старостіна, Є.В. Мних, Є.А. Бечва, Є.В. Савельєв, Р.В. Федорович, а серед російських авторів – Н.Д. Ільєнкова, А.І. Ковальов, В.В. Войленко, Є.П. Пешкова, В.В. Федосєєв та ін.

Вивчення та узагальнення досвіду економічно розвинутих країн і пропозицій вітчизняних науковців свідчать про необхідність подальшого дослідження проблеми аналізу попиту відповідно до особливостей економіки України і специфіки консервної галузі.

Таким чином, актуальність обраної автором теми дисертації зумовлена її значенням та недостатнім рівнем наукових розробок з даної проблеми, що і визначило напрямок дослідження, дало можливість сформулювати структуру роботи.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Дисертаційну роботу виконано відповідно до плану науково-дослідних робіт кафедри економічного аналізу Тернопільської академії народного господарства за темою “Організація оперативного економічного аналізу діяльності підприємств в умовах ринкової економіки” (номер державної реєстрації 0101U002352).

**Мета і задачі дослідження.** Метою дисертаційної роботи є вдосконалення методики та організації аналізу попиту і розробка практичних заходів для підвищення ефективності управління реалізацією продукції на плодоовоче-консервних підприємствах.

Для досягнення вказаної мети у роботі поставлені такі задачі:

- розглянути особливості стану ринкової економіки України та проблеми її розвитку, виявити вплив цих процесів на формування споживчого попиту;
- удосконалити методику оцінки місткості територіальних ринків;
- визначити сегменти ринку плодоовочеконсервної продукції в Україні;
- розробити багаточинникову економіко-математичну модель попиту;
- використати логістичні моделі у поєднанні з методами експертних оцінок для побудови короткотермінового прогнозу попиту;
- застосувати аналіз беззбитковості для прийняття оптимальних управлінських рішень на плодоовочеконсервних підприємствах;

- адаптувати аналіз чинників ризику незатребуваності продукції до особливостей плодоовочеконсервного виробництва.

*Об'єктом дослідження* є господарська діяльність плодоовочеконсервних підприємств та їх об'єднань, що характеризується складністю виробничих процесів, ефективність яких вимагає проведення різнобічного економічного аналізу.

*Предмет дослідження.* Предметом дослідження є методика та організація аналізу попиту в умовах ринку.

*Методи дослідження.* Теоретичною і методологічною основою дослідження є фундаментальні положення загальної економічної теорії, вітчизняні й закордонні дослідження учених-економістів з питань вивчення попиту на мікро- та макрорівнях, спеціальна економічна література, законодавчі та нормативні акти України, матеріали наукових конференцій, дані оперативного обліку, статистичної звітності, первинна інформація, а також практика аналізу на плодоовочеконсервних підприємствах.

У процесі здійснення дисертаційного дослідження автором використано метод порівняння, за допомогою якого виявлено особливості стану та тенденції розвитку ринку плодоовочеконсервної продукції в Україні. Для вирішення завдання удосконалення методики оцінки місткості територіальних ринків застосовано методи групування, експертних оцінок та метод відстаней. На основі використання кореляційного аналізу побудовано економіко-математичні моделі, які призначені для прогнозування попиту. Спираючись на методи елімінування, у дисертації виявлено вплив змін попиту на фінансові результати діяльності підприємства, запропоновано шляхи підвищення якості управлінських рішень. У роботі застосовано також метод узагальнення, який дав змогу адаптувати аналіз чинників ризику незатребуваності продукції до особливостей плодоовочеконсервного виробництва.

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає у теоретичному обґрунтуванні й вдосконаленні методики аналізу попиту на плодоовочеконсервну продукцію. В результаті дослідження отримано такі основні наукові результати:

- розроблено рекомендації з питань розвитку ринку плодоовочевих консервів у масштабі країни, регіонів та окремих підприємств, реалізація яких сприятиме підвищенню ефективності управління на мікро- та макрорівнях (а не лише на мікро- чи макрорівні);
- удосконалено методику оцінки місткості регіональних ринків на основі використання методу відстаней, застосування якої дасть змогу вирішити проблему формування територіальних ринків плодоовочеконсервної продукції (метод відстаней для оцінки місткості ринку досі не використовувався);
- визначено географічні та демографічні сегменти ринку плодоовочеконсервної продукції в Україні на основі запропонованих базових ознак, виявлено реальні потреби окремих груп споживачів (комплекс базових ознак для сегментації ринку застосовано вперше);
- розроблено багаточинникову економіко-математичну модель попиту, яку рекомендується застосовувати для дослідження змін основних параметрів середовища й передбачення можливого рівня попиту (запропонована сукупність чинників раніше не використовувалась для побудови економіко-математичних моделей попиту на плодоовочеконсервну продукцію);
- обґрунтовано необхідність використання запропонованого автором переліку логістичних критеріїв і варіантів їх оцінки для побудови прогнозу моделі попиту на продукцію (до цього часу даний перелік логістичних критеріїв та варіантів їх оцінки для прогнозування попиту не використовувався);
- досліджено взаємозв'язок між попитом і потенційними можливостями плодоовочеконсервних підприємств на основі аналізу безбитковості, впровадження якого підвищить якість прийняття управлінських рішень (на відміну від аналізу, який не враховує потенційних можливостей плодоовочеконсервних підприємств);
- визначено чинники ризику незатребуваності продукції стосовно особливостей плодоовочеконсервного виробництва, враховування яких дасть змогу зменшити можливий

рівень збитків і ймовірність реалізації ризику (досі особливості плодоовочеконсервного виробництва не враховувались).

**Практичне значення одержаних результатів** полягає у розробці питань, що стосуються вдосконалення методики аналізу попиту, котрі мають наукову та практичну цінність.

Рекомендації, які представлені у дисертації, можуть застосовуватись при розробці системи показників місткості регіональних ринку для визначення збутового потенціалу підприємств. За результатами проведеного дослідження особливостей споживачів можуть вирішуватись питання доцільності реалізації плодоовочеконсервної продукції у певних сегментах ринку. Пропозиції, які стосуються використання аналізу беззбитковості, можуть бути взяті за основу при визначенні необхідних обсягів реалізації та при встановленні цін на виготовлену підприємством продукцію. Впровадження рекомендацій щодо прогнозування попиту за стадіями життєвого циклу товару дадуть змогу скоротити час одержання та якість прогнозів попиту. Враховування положень, висунутих автором, стосовно використання аналізу ризику незатребуваності продукції допоможе зменшити рівень збитків на підприємствах консервної галузі.

Запропоновані в роботі висновки, пропозиції і рекомендації впроваджено в практику діяльності ВАТ “Адамс” (Хмельницька обл.) та ТзОВ “Вітал плюс” (Закарпатська обл.), що підтверджується довідками цих підприємств (довідка № 635 від 12.06.2001 р. ВАТ “Адамс”, довідка № 53 від 5.10.2001 р. ТзОВ “Вітал плюс”).

Окремі положення дисертаційного дослідження використовуються у навчально-методичній роботі кафедри економічного аналізу Тернопільської академії народного господарства (довідка № 124-06/806 від 01.11.2001 р.).

**Особистий внесок здобувача.** Наукові положення, розробки й висновки, викладені у роботі, належать особисто автору.

**Апробація результатів дисертації.** Результати дисертаційного дослідження обговорювались з керівниками та спеціалістами плодоовочеконсервних підприємств, а також доповідалися та отримали визнання серед фахівців на науково-практичних конференціях “Проблеми планування промислового виробництва в умовах ринкової економіки”, м. Хмельницький, 2000 р., “Шляхи активізації вітчизняного виробництва: теорія і практика, проблеми підготовки фахівців”, м. Хмельницький, 2001 р. та на Міжнародній науково-практичній конференції, присвяченій 30-річчю кафедри економічного аналізу “Економічний аналіз в Україні на початку ХХІ століття”, м. Тернопіль, 2001 р.

**Публікації.** За результатами досліджень опубліковано 14 наукових праць загальним обсягом 2,85 д. а., у тому числі 9 статей у фахових виданнях.

**Структура та обсяг дисертації.** Робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. Дисертація містить 197 сторінок машинописного тексту, в тому числі 42 таблиці, 17 рисунків, 12 додатків, бібліографію із 153 найменувань.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У вступі обґрунтовано актуальність теми, з'ясовано стан вивчення проблеми, сформульовано мету і задачі дослідження, визначено об'єкти та методи, розкрито наукову новизну отриманих результатів, їх теоретичне та практичне значення.

У першому розділі – **“Теоретико-методологічні основи аналізу попиту на продукцію”** висвітлено сутність попиту як економічної категорії, розглянуто організаційно-технологічні особливості плодоовочеконсервного виробництва, виявлено їх вплив на формування попиту, дано критичну оцінку інформаційного забезпечення аналізу попиту, визначено основні напрямки його вдосконалення.

У дисертації уточнено поняття попиту, розкрито його роль і місце у складному механізмі функціонування ринкової економіки. Визнано, що попит є обмеженою у часі сукупністю споживчих потреб, обсяг і структура яких залежать від можливостей покупців. На основі цього обґрунтовано необхідність аналізу попиту у взаємозв'язку з вивченням визначаючих його чинників.

У роботі зіставлено діючу систему аналізу попиту в Україні та практику даного напрямку дослідження у країнах з ринковою економікою. Виявлено, що в нашій країні найчастіше оцінка попиту розглядається у контексті економічного зростання на макрорівні, а в зарубіжних країнах значна увага приділяється мікроекономічним дослідженням.

Автор дослідження вважає, що використання економічного аналізу є об'єктивно необхідним як для вивчення мікроструктури попиту, так і для виявлення закономірностей його формування на макрорівні.

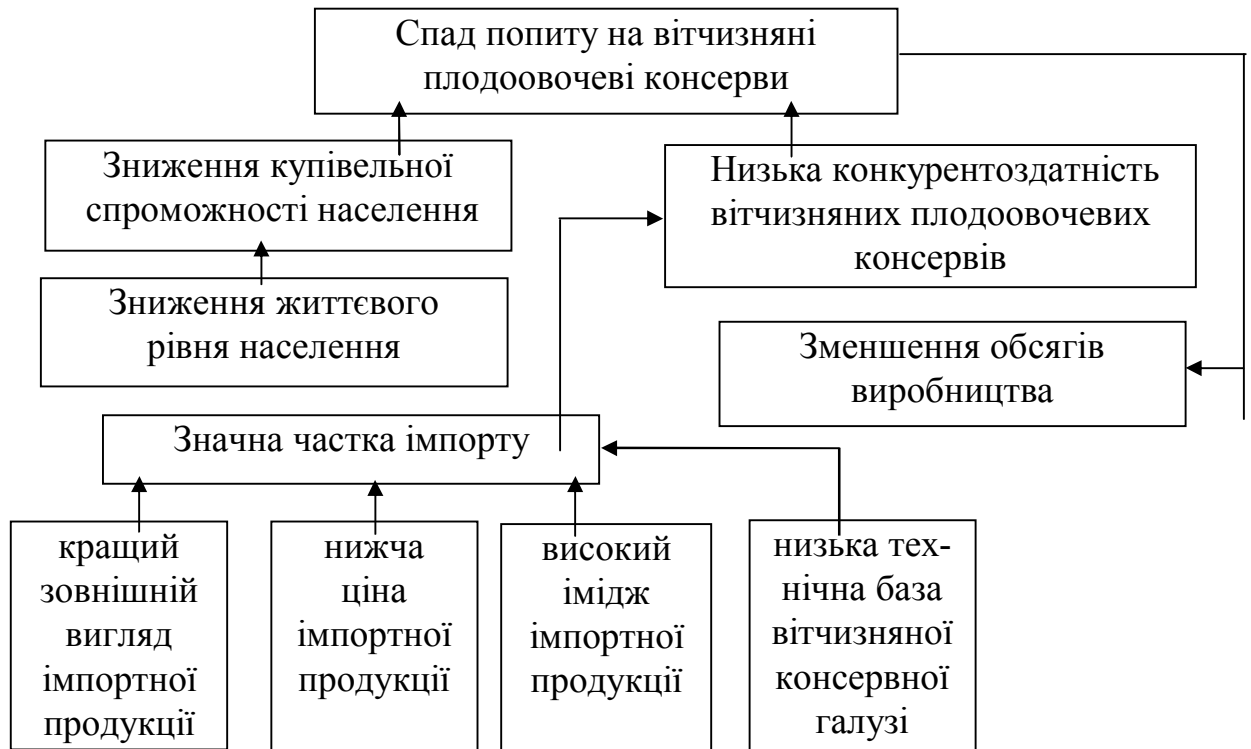
У дисертації встановлено, що ринкові дослідження попиту на мікрорівні потрібні для визначення обсягів виробництва, прогнозування фінансових результатів, підвищення ефективності збутової діяльності підприємств, а вивчення попиту на макрорівні – для виявлення особливостей споживчої поведінки населення України в цілому і окремих її регіонів.

На даний час споживчий ринок ще не є достатньо саморегульованим механізмом, що ускладнює вивчення попиту. Тому економічний аналіз попиту автор рекомендує проводити за аналогією країн з ринковою економікою, основою якої є тісний взаємозв'язок між вивченням потреб споживачів, плануванням обсягів виробництва, зіставленням майбутніх витрат і результатів.

Автор вважає, що аналіз попиту повинен здійснюватись державними службами, маркетинговими агенціями та безпосередньо підприємствами. Створення на плодоовочеконсервних підприємствах відділів маркетингу посилює б необхідність досліджень попиту і підвищує б ефективність результатів аналізу.

У роботі висвітлено особливості плодоовочеконсервного виробництва, виявлено недоліки вітчизняної консервної галузі. Зазначено, що в період реформування економіки зменшився випуск плодоовочеконсервної продукції, зросли витрати на її виготовлення, знизилась якість виробів, звужився асортимент, підвищились ціни, втрачено традиційні ринки збуту. Зменшилась також кількість виготовлених плодоовочевих консервів на душу населення, яка у 2000 р. становила 19,8 уб при нормі 120 уб на одну особу за рік. З цієї причини у дисертаційній роботі обґрунтовано необхідність зміни пріоритетності чинників, що зумовлюють кількісні та структурні обсяги виробництва продукції, і пропонується перенести акценти з необхідності задоволення науково обґрунтованих норм споживання на потребу задоволення споживчого попиту.

У дисертації виявлено причини спаду попиту на вітчизняні плодоовочеві консерви (рис. 1).



**Рис. 1. Причини спаду попиту на вітчизняні плодоовочеві консерви.**

На думку автора дослідження, для подолання спаду попиту необхідно реалізувати комплекс заходів, які б сприяли призупиненню руйнівних процесів у народному господарстві, у тому числі і в консервній галузі.

Вирішення даної проблеми пов'язане з необхідністю прийняття управлінських рішень, ефективність яких залежить від застосування достатньої за обсягом і структурою інформації. Автор вважає, що удосконалення зовнішніх і внутрішніх джерел інформації, необхідних для аналізу попиту, сприятиме розвитку й розширенню аналітичної роботи на підприємствах, підвищить ефективність їх господарської діяльності. З цією метою на плодоовочеконсервних підприємствах пропонується щомісячно формувати дані по групах товарів, що реалізуються, узагальнювати інформацію про покупців та обсяги придбаної ними продукції у вартісному й кількісному виразі, а також систематизувати дані про споживачів за місцем їх проживання і за каналами збуту.

Важливою передумовою підвищення результативності економічного аналізу є використання первинної інформації. Враховуючи те, що збір первинних даних займає багато часу та вимагає відчутних витрат, а інформаційна база аналізу попиту є однією з найскладніших і найоб'ємніших серед баз інформації для економічного аналізу, рекомендується використання обчислювальної техніки та різноманітних пакетів прикладних програм комп'ютерної обробки даних для дослідження попиту на підприємствах і запровадження загальнодержавної системи інформаційного забезпечення ринкових досліджень.

У другому розділі – “Аналіз попиту і методи його прогнозування” здійснено аналіз стану ринку, визначено тенденції розвитку попиту, виявлено сегменти ринку плодоовочеконсервної продукції, запропоновано короткотермінове прогнозування попиту за допомогою економіко-математичного моделювання.

У роботі аргументовано вплив ринкових перетворень економіки на стан регіональних ринків плодоовочеконсервної продукції, причини руйнації територіальних пропорцій, що склалися протягом десятиліть. У таких умовах дослідження стану регіональних ринків і перспектив їх розвитку пропонується здійснювати за допомогою аналізу місткості.

Опрацювання ряду наукових праць вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів дало можливість автору виявити тісний взаємозв'язок між ринковим потенціалом, мінімальним попитом і ринковим прогнозом. На основі цих показників у дисертації проведено аналіз місткості ринку.

За допомогою методики багатомірного порівняльного аналізу, що ґрунтується на методі відстаней і дає можливість враховувати не тільки абсолютні величини показників, а й міру їх наближеності до еталону, нами одержано рейтингові оцінки місткості регіональних ринків плодоовочеконсервної продукції.

У дисертації згруповано регіони за рейтинговою оцінкою, на основі чого виділено п'ять груп. Встановлено, що найбільша місткість характерна для ринків Дніпропетровської, Донецької, Київської, Львівської, Миколаївської, Херсонської областей (V група), АР Крим, Вінницької, Запорізької, Луганської, Одеської, Харківської і Хмельницької областей (IV група), а найменша – для Полтавської і Сумської областей (I група).

Автором дається критичне зауваження стосовно одержання комплексної оцінки місткості регіональних ринків і доводиться необхідність її поєднання з оцінкою купівельної спроможності населення за допомогою показника відносного потенціалу регіональних ринків:

$$B = 0,5I + 0,3R + 0,2P, \quad (1)$$

де  $B$  – відносний потенціал регіональних ринків;  $I$  – частка регіону в доходах населення;  $R$  – частка регіону в обсягах роздрібною торгівлі;  $P$  – частка регіону в чисельності населення.

У результаті проведених розрахунків відносного потенціалу виділено чотири групи регіонів. Визначено, що наймісткішими ринками плодоовочеконсервної продукції є Донецька та Київська області, що увійшли до IV групи, і Дніпропетровська, Львівська, Миколаївська та Херсонська області, що у III групі.

На основі порівняльного аналізу результатів групування територіальних одиниць України за індексом відносного потенціалу та рейтинговою оцінкою місткості ринків плодоовочеконсервної продукції виявлено високий ступінь схожості.

Доведено необхідність застосування запропонованої автором дисертаційного дослідження методики аналізу місткості ринку для визначення збутового потенціалу плодоовочеконсервних підприємств.

Проведено сегментацію ринку за географічними ознаками, виявлено чотири групи регіонів, встановлено особливості споживачів залежно від інтенсивності споживання та обсягів реалізації плодоовочеконсервної продукції на душу населення. За кожною ознакою виділено дві градації – високу та низьку. До зони високих градацій віднесено регіони з величиною базової ознаки, вищої від її середнього рівня, а регіони зі значеннями ознак нижчими від середніх зосереджено у зоні низьких градацій (рис. 2). На основі розглянутих у дисертації характеристик споживачів кожного сегмента пропонується вирішувати питання доцільності реалізації продукції на вибраній території.

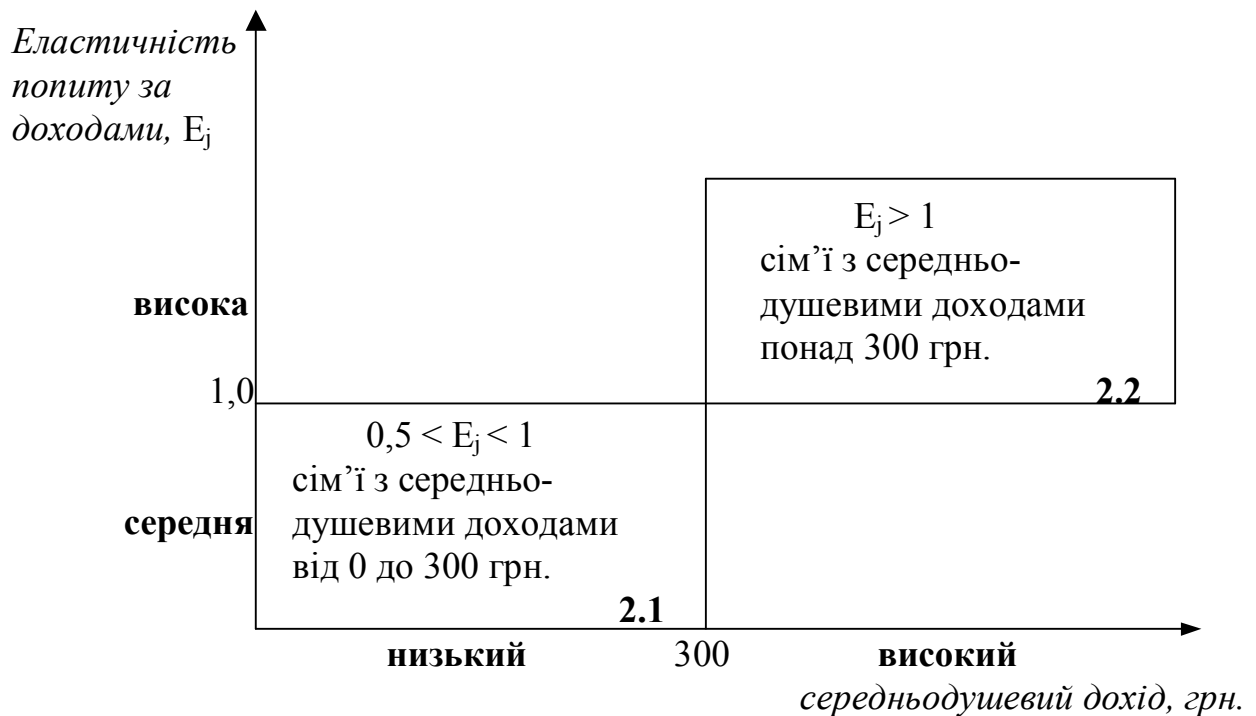




**Рис.2. Матриця сегментації ринку за географічними ознаками.**

У роботі здійснено також демографічну сегментацію, внаслідок якої встановлено найвагоміші типи споживання.

За результатами поділу сукупності споживачів за рівнем середньодушевого доходу та еластичністю попиту виявлено основні групи сімей (рис. 3). Плодоовочеконсервним підприємствам пропонується змінювати стратегію і тактику поведінки на ринку відповідно до характеристик сегментів, обраних для господарювання.



**Рис. 3. Матриця сегментації ринку за демографічними ознаками.**

Ринкові перетворення в Україні вимагають вивчення запитів покупців, які базуються як на оцінці обсягів поточного попиту, так і на дослідженні їх майбутнього рівня. У дисертації доведено, що прогноз ринкового попиту є найскладнішим елементом аналізу ринкового попиту.

Прогнозування попиту пропонується здійснювати за допомогою двох методів: багаточинникового економіко-математичного моделювання і логістичного методу в поєднанні з експертними оцінками. Економіко-математичну модель попиту рекомендується будувати у вигляді рівняння множинної регресії, де як функція виступає попит, а як незалежні змінні величини – чинники, що визначають його рівень.

Для побудови економіко-математичної моделі вибрано чинники, що, на думку автора, визначають реалізований попит на плодоовочеві консерви:  $x_1$  – грошові доходи всього населення, млрд. грн.;  $x_2$  – розмір натурального споживання плодоовочевої продукції, муб;  $x_3$  – виробництво плодоовочевих консервів, муб;  $x_4$  – кількість міського населення, млн. осіб;  $x_5$  – кількість населення у працездатному віці, млн. осіб;  $x_6$  – кількість безробітних, тис. осіб;  $x_7$  – кількість пенсіонерів, млн. осіб;  $x_8$  – загальна кількість населення, млн. осіб.

Проведені за допомогою ЕОМ розрахунки параметрів рівняння регресії дали можливість автору побудувати наступну модель:

$$y = 11,086 + 0,587x_1 - 0,103x_2 + 0,443x_3 - 0,197x_6 - 19,866x_7 + 30,274x_8. \quad (2)$$

У результаті аналізу нормалізованих коефіцієнтів регресії встановлено, що на попит найбільше впливають показники загальної кількості населення і обсягу виробництва плодоовочевих консервів.

Запропоновано поєднувати моделювання стану попиту в певних умовах зовнішнього середовища з оцінкою можливостей реалізації конкретного підприємства. При цьому рекомендується використовувати характеристики зовнішнього середовища, що визначаються значеннями логістичних змінних за стадіями життєвого циклу товару.

У роботі наведено перелік можливих логістичних критеріїв і варіанти їх оцінки, на базі яких побудовано прогнозну модель попиту для продукції, виготовленої у ВАТ “Адамс” Хмельницької області. Одержано таку модель попиту:

$$y = 142,8 - 8,8683x_1 - 2,9729x_2 - 2,3315x_3 - 0,0101x_4 - 0,4675x_6, \quad (3)$$

де  $x_1$  – кількість модифікацій товару на ринку;  $x_2$  – наявність конкурентних товарів інших виробників;  $x_3$  – кількість покупців на ринку;  $x_4$  – комерційний ризик;  $x_6$  – споживчі переваги товару.

Пропонується застосовувати методіку аналізу, що поєднує у собі моделювання стану попиту в певних умовах зовнішнього середовища з оцінкою можливостей реалізації конкретного підприємства не тільки у консервній галузі, а й в усіх галузях народного господарства.

У **третьому розділі – “Методика аналізу впливу попиту на фінансові результати діяльності підприємства”** обґрунтовуються напрямки вдосконалення аналізу взаємозв’язку попиту і фінансових результатів, пропонується прийняття управлінських рішень на основі аналізу беззбитковості, розглядаються особливості методики аналізу ризику незатребуваності продукції у консервній галузі.

У роботі визначено, що аналіз, який проводять економічні служби підприємств галузі, має поверховий характер. У зв’язку з цим пропонується удосконалити методіку, що ґрунтується на аналізі впливу змін попиту на фінансові результати діяльності підприємства шляхом використання показників реалізації плодоовочеконсервної продукції у натуральному виразі. Це забезпечить однорідність і порівнянність даних за різними видами попиту, дасть змогу поліпшити результативність аналітичних розрахунків і зіставлень.

На основі використання аналізу еластичності попиту запропоновано виявляти якісні характеристики зміни показників, а за допомогою методу абсолютних різниць – давати кількісну оцінку їхньому взаємному впливу.

Вивчення різних підходів науковців щодо аналізу впливу попиту на фінансові результати діяльності підприємств дало змогу автору запропонувати використання у консервній галузі методики аналізу прибутку і рентабельності залежно від попиту, ціни та виробничо-збутових витрат, що широко застосовується тепер у країнах з розвинутими ринковими відносинами.

За результатами підрахунків за традиційною і запропонованою методикою, автором виявлено суттєві відмінності, що свідчить про переваги методики аналізу прибутку і рентабельності залежно від попиту, ціни та виробничо-збутових витрат.

Обґрунтовано необхідність дослідження впливу попиту на фінансові результати діяльності підприємства шляхом використання як ретроспективного, так і перспективного аналізу. Автор вважає, що в сучасних умовах господарювання роль перспективного аналізу зростає. Проведення перспективного аналізу повинно ґрунтуватися на вивченні взаємозв’язку між доходом від реалізації, витратами і прибутком протягом короткотермінового періоду, коли виробництво продукції обмежене певними виробничими потужностями. У процесі дослідження перевагу рекомендується віддавати аналізу беззбитковості.

На основі аналізу беззбитковості запропоновано плодоовочеконсервним підприємствам розраховувати зміну точки беззбитковості за рахунок зміни чинників, визначати потрібний обсяг виробництва з метою отримання запланованого прибутку, вибирати найвигідніші для підприємства варіанти ціни, асортименту та обсягів виробництва.

У роботі доведено необхідність здійснення оперативних аналітичних розрахунків, за результатами яких повинна підтверджуватись оптимальність вибору управлінського рішення.

Проведені порівняння показників, які характеризують діяльність підприємства до і після прийняття управлінських рішень, дали змогу автору запропонувати використання в Україні зарубіжного досвіду аналізу вигід і витрат, який ґрунтується на методі співвідношення альтернативних варіантів. Це привело б вітчизняний економічний аналіз у відповідність з сучасним світовим рівнем розвитку.

Методика обґрунтування різних варіантів управлінських рішень з метою оптимізації виробничо-збутової діяльності плодоовочеконсервних підприємств, на думку автора, повинна враховувати можливість появи непередбачуваних ситуацій, що можуть призвести до втрати ресурсів або недоотримання доходів порівняно із запланованим варіантом. Тому в дисертації підтверджується необхідність визначення ризику незатребуваності продукції і його подальшого аналізу.

У процесі дослідження рівноваги між ринковим попитом і обсягами продукції, яку підприємство може запропонувати споживачеві за фіксований проміжок часу, автор дійшов висновку, що встановлення причин та наслідків відмови споживачів від виробленої підприємством продукції повинно здійснюватись за допомогою аналізу чинників виробництва.

У роботі пропонуються шляхи якісного аналізу взаємозв'язку чинників виробництва з ризиком незатребуваності продукції, з'ясування причин виникнення даного ризику, виявлення виробничих умов, видів продукції, можливих споживачів і каналів збуту, причетних до появи незатребуваності продукції, а за допомогою кількісного аналізу – визначення розмірів ризику та окремих видів втрат. Зроблена спроба вдосконалити методику аналізу ризику незатребуваності продукції стосовно до специфіки плодоовочеконсервного виробництва.

Рекомендації за результатами проведеного дослідження пропонуються застосовувати для обрання способу управління даним ризиком з урахуванням можливого рівня збитків і ймовірності реалізації ризику.

У роботі визначено шляхи, які здатні суттєво зменшити втрати, спричинені ризиком незатребуваності продукції. При цьому зосереджено увагу на вирішенні питань припинення виробництва, доведення до стадії готовності тієї продукції, яка потрапляє до категорії незатребуваної, встановлення ціни реалізації даної продукції. У дисертаційному дослідженні розглядається також можливість уникнення ризику незатребуваності продукції шляхом стимулювання збуту та збільшення числа нових покупців.

Автором зроблено висновок, що цінність результатів економічного аналізу для ефективного управління ризиком незатребуваності продукції залежить від реальних можливостей їх застосування. При цьому зазначено, що на сучасному етапі плодоовочеконсервні підприємства не в змозі самостійно здійснити такий аналіз і не готові до кваліфікованого його використання.

## ВИСНОВКИ

Проведене дисертаційне дослідження попиту дало можливість виробити науково обгрунтовані положення щодо вдосконалення методики та організації економічного аналізу. Впровадження у практику розроблених рекомендацій сприятиме підвищенню ефективності управління на плодоовочеконсервних підприємствах. Загальні висновки, одержані в результаті дослідження, зводяться до наступного.

1. Важливим завданням ринку у трансформованій економічній системі є забезпечення відповідності виробництва товарів і послуг попиту населення. Під попитом автор розглядає обмежену в часі сукупність споживчих потреб, обсяг і структура яких залежать від можливостей покупців. На основі цього обгрунтовано необхідність розробки та застосування спеціальних науково-методичних підходів до вивчення попиту в тісному взаємозв'язку з дослідженнями чинників, що впливають на нього.
2. У сучасних умовах розвитку України існує об'єктивна та невідкладна необхідність аналітичного вивчення попиту. Пропонується змінити послідовність проведення аналізу господарської діяльності, який рекомендується починати не з вивчення виробництва чи фінансових результатів, як у системі командно-адміністративного типу, а з розгляду ринкового попиту. При цьому підтверджується доцільність аналізу попиту одночасно на мікро- та макрорівнях.
3. Наявне в Україні специфічне ринкове середовище не дає змоги безпосередньо використовувати досвід аналітичного вивчення попиту, що склався у країнах з розвинутою ринковою системою. У зв'язку з цим, пропонується удосконалення методики економічного аналізу на основі використання зарубіжних і вітчизняних теоретичних розробок з економічної теорії, мікро- та макроекономіки, а також залучення знань з маркетингу, що значно підвищить ефективність результатів аналізу попиту.

4. Використання економічної інформації у процесі аналізу попиту на вітчизняних плодоовочеконсервних підприємствах може бути успішним лише за умов створення чіткої системи пошуку, нагромадження, сортування, класифікації, оновлення, збереження та обміну інформацією між підприємствами та їх підрозділами. Через те, що підприємства не мають достатніх фінансових коштів для впровадження сучасної методики збору ринкової інформації, держава повинна тимчасово взяти на себе відповідальність за забезпечення повноти та якості інформаційної бази економічного аналізу. Для цього доцільно запровадити комп'ютеризовану загальнодержавну систему інформаційного забезпечення ринкових досліджень, сприяти розвитку мережі консалтингових фірм, інформаційно-маркетингових центрів, науково-дослідних установ.
5. Відсутність ефективної системи планування на рівні підприємства вимагає перегляду пріоритетності чинників, що зумовлюють кількісні та структурні обсяги виробництва плодоовочеконсервної продукції. При цьому запропоновано підприємствам орієнтуватися не на задоволення науково обгрунтованих норм споживання, а на необхідність задоволення споживчого попиту на сучасному етапі та на найближчу перспективу.
6. Більшість плодоовочеконсервних підприємств України вступила у ринкову економіку зі старими організаційними структурами і кадрами, які не обізнані з ринковими методами господарювання. У зв'язку з цим, на підприємствах необхідно значно підняти рівень аналітичної роботи, створити відповідне не тільки інформаційне, а й методичне, технічне і кадрове забезпечення. Впровадження запропонованих рекомендацій щодо розв'язання цих проблем дасть змогу підвищити рівень обгрунтування управлінських рішень.
7. Вирішення проблеми формування ринків плодоовочеконсервної продукції у різних регіонах України тісно пов'язане з питанням удосконалення методики та організації аналізу попиту на макrorівні. Автором доведено, що за результатами економічного аналізу повинна оцінюватися місткість територіальних ринків. З цією метою розроблено систему показників і рекомендовано отримання комплексної оцінки за допомогою багатомірного порівняльного аналізу.
8. Запропонована в дослідженні методика аналізу ринку за сегментами виявила реальні потреби споживачів у плодоовочеконсервній продукції, задоволення яких повинно здійснюватися за допомогою ряду заходів місцевих органів державної влади чи безпосередньо підприємств-виробників.
9. Прогнозування попиту в сучасних умовах рекомендується здійснювати на комплексній основі, поєднуючи маркетингові засоби та математично-статистичний інструментарій, що базується на використанні економіко-математичних моделей попиту. У зв'язку з цим реалізовано на ЕОМ багаточинникову економіко-математичну модель попиту та визначено основні параметри стану ринку плодоовочевих консервів, а також запропоновано застосування логістичних моделей у поєднанні з методами експертних оцінок для побудови короткотермінового прогнозу попиту на підприємствах.
10. При дослідженні взаємозв'язку між попитом і потенційними можливостями підприємства перевагу пропонується надавати аналізу беззбитковості, за допомогою якого можна розробляти виробничий план, встановлювати ціну та обсяг випуску продукції, сприяти одержанню підприємством максимального прибутку.
11. Прийняття оптимальних управлінських рішень за умов нестабільної економіки повинно базуватися на результатах аналізу ризику незатребуваності продукції. Використання запропонованої у дисертації методики виявлення ризику незатребуваності продукції, проведення якісного і кількісного аналізу допоможе підприємству знайти шляхи захисту від негативних результатів даного ризику та зменшити його шкідливий вплив, на що і спрямовані рекомендації автора.

**СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ АВТОРОМ ПРАЦЬ  
ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ****У фахових наукових виданнях:**

1. Голяш І. Д. Основні напрями вдосконалення методики проведення аналізу попиту // Наукові записки. – Тернопіль: Економічна думка, 1999. – С. 154–156. – 0,15 д. а.
2. Голяш І. Д. Аналіз попиту на продукцію: мікро- та макроекономічні аспекти // Наукові записки. – Тернопіль: Економічна думка, 2000. – С. 109–110. – 0,20 д. а.
3. Голяш І. Д. Використання аналізу беззбитковості для планування обсягів виробництва на плодоовочеконсервних підприємствах // Вісник Технологічного університету Поділля. – 2000. – № 4. – С. 66–69. – 0,30 д. а.
4. Голяш І. Д. Формування регіональних ринків плодоовочеконсервної продукції // Регіональні аспекти розвитку і розміщення продуктивних сил України. – Випуск 4. – Тернопіль: Економічна думка, 2000. – С. 82–84. – 0,25 д. а.
5. Голяш І. Д. Використання результатів економічного аналізу в управлінні ризиком незатребуваності продукції // Вісник Тернопільської академії народного господарства. – Випуск 12. – Тернопіль: Економічна думка, 2001. – С. 117–120. – 0,30 д. а.
6. Голяш І. Д. Аналіз еластичності попиту в практиці плодоовочеконсервних підприємств // Наукові записки. – Тернопіль: Економічна думка, 2001. – С. 190–193. – 0,30 д. а.
7. Голяш І. Д. Методичні аспекти аналізу сегментів ринку плодоовочеконсервної продукції // Економіка: проблеми теорії та практики. – Випуск 72. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2001. – С. 56–60. – 0,25 д. а.
8. Голяш І. Д. Економіко-математичне моделювання попиту на плодоовочеві консерви // Економіка: проблеми теорії та практики. – Випуск 96. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2001. – С. 86–89. – 0,20 д. а.
9. Голяш І. Д. Деякі питання методики економічного аналізу процесу прогнозування попиту на вітчизняному ринку // Наукові записки. – Тернопіль: Економічна думка, 2001. – С. 22–24. – 0,15 д. а.

**В інших наукових виданнях:**

10. Голяш І. Д. Концепція протекціонізму в економіці України // Формування економічних відносин в умовах ринку. – Випуск 2. – Тернопіль: Економічна думка, 1998. – С. 377–378. – 0,1 д. а.
11. Голяш І. Д. Роль міжнародної допомоги в оздоровленні української економіки // Формування економічних відносин в умовах ринку. – Випуск 2. – Тернопіль: Економічна думка, 1998. – С. 317–318. – 0,1 д. а.
12. Голяш І. Д. Проблема збалансованості попиту і пропозиції в умовах інфляції // Формування економічних відносин в умовах становлення ринку. – Випуск 3. – Тернопіль: Економічна думка, 1999. – С. 271–274. – 0,25 д. а.
13. Голяш І. Д. Проблеми і перспективи розвитку плодоовочеконсервних підприємств у системі маркетингу // Шляхи активізації вітчизняного виробництва: теорія та практика, проблеми підготовки фахівців. – Хмельницький: ХІЕП, 2001. – С. 123–125. – 0,1 д. а.
14. Голяш І. Д. Формування інформаційної бази аналізу попиту в умовах необхідності прийняття вірних управлінських рішень // Проблеми економіки України. – Випуск 8. – Тернопіль: Карт-бланш, 2001. – С. 156–158. – 0,2 д. а.

### АНОТАЦІЯ

Голяш І. Д. Економічний аналіз попиту на плодоовочеконсервну продукцію. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.04 – бухгалтерський облік, аналіз та аудит. – Тернопільська академія народного господарства, Тернопіль, 2002.

У дисертації досліджено питання удосконалення методики та організації аналізу попиту на плодоовочеконсервну продукцію.

У роботі розкрито роль і місце попиту у складному механізмі функціонування ринкової економіки. Виявлено причини спаду попиту на плодоовочеконсервну продукцію, визначено шляхи їх усунення.

Розроблено рекомендації щодо оцінювання місткості територіальних ринків, запропоновано методику аналізу сегментів ринку. Досліджено проблеми прогнозування попиту в ринкових умовах господарювання, побудовано багаточинникову економіко-математичну модель і модель короткотермінового прогнозування на основі поєднання логістичних методів та експертних оцінок.

Визначено основні шляхи вдосконалення методики аналізу впливу попиту на фінансові результати діяльності підприємства. Основні результати праці впроваджені на досліджуваних підприємствах консервної галузі.

**Ключові слова:** *плодоовочеконсервна продукція, попит, аналіз, фінансові результати, ринок, прогнозування, місткість ринку, споживач, сегмент.*

### АННОТАЦИЯ

Голяш И.Д. Экономический анализ спроса на плодоовощеконсервную продукцию. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.06.04 – бухгалтерский учет, анализ и аудит. – Тернопольская академия народного хозяйства, Тернополь, 2002.

В диссертации исследованы вопросы усовершенствования методики и организации анализа спроса на плодоовощеконсервную продукцию.

В работе раскрыты роль и место спроса в сложном механизме функционирования рыночной экономики. Выявлены причины падения спроса на плодоовощеконсервную продукцию, определены пути их устранения.

Разработаны рекомендации в отношении оценки емкости территориальных рынков, предложена методика анализа сегментов рынка. Исследованы проблемы прогнозирования спроса в рыночных условиях хозяйствования, построены многофакторная экономико-математическая модель и модель краткосрочного прогнозирования на основе соединения логистических методов и экспертных оценок.

Определены главные пути усовершенствования методики анализа влияния спроса на финансовые результаты деятельности предприятия. Основные результаты работы внедрены на исследуемых предприятиях консервной отрасли.

**Ключевые слова:** *плодоовощеконсервная продукция, спрос, анализ, финансовые результаты, рынок, прогнозирование, ёмкость рынка, потребитель, сегмент.*

### ANNOTATION

Holiash I.D. Economic analysis of demand for canned fruit and vegetable production. – Manuscript.

Dissertation for a Candidate of Economic Sciences Degree on the Speciality 08.06.04 – accounting, analysis and audit. – Ternopil. Academy of National Economy, Ternopil, 2002.

The dissertation studies the question of improvement of demand analysis methods and their organisation for canned fruit and vegetable production.

The paper reveals the role and place of demand in a complicated mechanism of market economy; examines the peculiarities of organisation and technology of canned fruit and vegetable manufacture; shows their influence on demand forming; determines the main trends of its growth.

Comparison of existing analysis system in Ukraine and investigations practiced by market economies proves the necessity of demand analysis on micro- and macrolevels.

The ways of improvement of information basis of demand analysis, that help to raise the quality of managerial decisions, are suggested.

Having revealed the interdependence between market capacity, market analysis and minimum demand, market capacity analysis is carried out. Rating of local markets capacity of canned fruit and vegetable production, which is based on distance method, is received by means of comparative analysis. This rating gives an opportunity to take into account not only absolute indices quantity but also their proximity to the standard.

The thesis proved the necessity not only to determine the quantitative characteristics of market capacity, but also to find out stable distinctions between regions according to consumers types.

The regions in the paper are classified according to their rating and indices of relative potential and results of this classification are compared.

Market geographical segmentation reveals four homogeneous regional groups; shows peculiarities of consumers depending on the intensity of consumption and amount of realisation of canned fruit and vegetable production per capita.

Following a demographic segmentation main family types are revealed, depending on per capita income and elastic demand.

In the paper existing methods of demand prognostication are analysed, their applicability on modern stage of market economy in Ukraine is stated, and problems of their introduction for study of demand for canned fruit and vegetable production are mentioned.

It's suggested to perform the prognostication of demand by means of two methods: method of economic and mathematical modeling and logistic method in combination with rating of experts.

In order to build economic and mathematical model of demand, equation of plural regression is recommended, where demand stands for function and factors determining its level for variables.

It's suggested that modeling of state of demand under certain conditions of surroundings are to be combined with sale rating of particular enterprise.

In the paper a list of possible logistic criteria and variants of their rating are presented and prognostic of demand for enterprise output is based on them.

The paper also shows the ways of improvement of method of demand analysis and its influence on financial results of the enterprise and offers to use the realisation indices of finished fruits production. in the process of analysis. Method of income analysis and profitability depending on demand, prices, manufacturing and marketing expenses are to be used in canning industry.

Analysis of lossless manufacture proposes to calculate the alteration of lossless point by changing the factors; to determine essential production capacity to obtain planned income, to choose the most advantageous variants of prices, range of goods, and optimum production capacity.

Examined peculiarities of risk analysis method of unclaimed products in canning industry, determined the ways of its improvement and noted that this risk can be avoided by stimulating the realisation of products and increasing the number of consumers.

Some proposals and recommendations of the given scientific investigation are implemented in plants work practice. The main statements of the dissertation are reflected in reports at the scientific and practical conference "Problems of planned industrial production of market economy" (Chmelnitsky, 2000), scientific and practical conference "Direction of activity native production: theory and practice, problems of specialists studies" (Chmelnitsky, 2001) and international scientific and practical conference, devoted to the 30-th anniversary of Economic Analysis Department "Economic analysis of Ukraine on beginning XXI century" (Ternopil, 2001).



On the results of the investigation 14 scientific works were published which covered total 2,85 printed pages.

The dissertation consist of introduction, three parts, conclusions and proposals, list of used reference, appendixes. The amount of thesis main text is 197 pages of typewritten text. There are 42 tables, 17 pictures, 12 appendixes in the thesis. The reference list contains 153 titles.

***The key words:** canned fruit and vegetable production, demand, analysis, financial results, market, prognostication, market capacity, consumer, segment.*

