

ТЕРНОПІЛЬСЬКА АКАДЕМІЯ НАРОДНОГО ГОСПОДАРСТВА

Карапетян Едуард Томікович

УДК 338.242

***АНАЛІЗ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОНАННЯ ВИРОБНИЧОЇ ПРОГРАМИ
В УМОВАХ РИНКОВИХ ВІДНОСИН
(на прикладі швейних підприємств Західного регіону України)***

Спеціальність 08.06.04 – бухгалтерський облік, аналіз та аудит

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Тернопіль – 2001

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,
кафедра економічного аналізу,
директор інституту економіки і управління

Офіційні опоненти:

доктор економічних наук, професор

Мних Євген Володимирович

завідувач кафедри бухгалтерського обліку і аудиту
Львівський національний університет ім. Івана Франка;

кандидат економічних наук

Данилюк Ірина Вадимівна

Тернопільська академія народного господарства,
доцент кафедри аудиту.

Провідна установа Львівський національний університет “Львівська політехніка”, Міністерства освіти і науки України, кафедра економіки, фінансів і обліку, м. Львів.

Захист відбудеться “ 7 “ червня 2001 р. о 11 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 58.082.01 в Тернопільській академії народного господарства Міністерства освіти і науки України за адресою: 46004 м. Тернопіль, вул. Львівська, 11.

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

Автореферат розісланий “ 6 “ травня 2001 р.

Вчений секретар спеціалізованої вченої ради,
кандидат економічних наук, доцент

З.В. Задорожний

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми обумовлена тим, що діючий механізм аналізу формування та виконання виробничої програми на сучасному етапі розвитку економіки забезпечує низьку її ефективність.

Аналіз формування та виконання виробничої програми є важливим і специфічним видом управлінської діяльності на швейному підприємстві. Цей процес є надзвичайно відповідальною і складною проблемою, від ефективного вирішення якого залежить конкурентна позиція підприємства на ринку. Основні труднощі при аналізі формування виробничої програми зумовлені з одного боку необхідністю узгодження великого числа різноманітних та різнобічних параметрів діяльності підприємства, а з другого – невизначеністю більшості основних факторів, які через вплив на параметри виробничої програми породжують неоднозначність результатів її реалізації.

Теоретичною і методичною основою дисертаційного дослідження послужили праці вітчизняних і зарубіжних економістів, спеціалістів в швейній галузі, з аналізу господарської діяльності, обліку, маркетингу.

Були вивчені і опрацьовані розробки, які містяться у фундаментальних дослідженнях Т.Л. Авсеєва, Г.І. Афанасьєвої, Г.П. Іспіряна, М.Р. Ковбасюка, М.Я. Крупніка, А.Л. Степанюка. Питання взаємозв'язку бухгалтерського обліку, контролю та аналізу з формуванням виробничої програми на підприємствах висвітленні у працях: З.В. Гуцайлюка, З.В. Задорожного, Є.В. Мниха, Б.М. Литвина, В.С. Рудницького, Є.В.Савельєва, І.Д. Фаріона, Р.В. Федоровича, С.І. Шкарабана, Д.А. Штефанича та інших. Широко використовувались роботи зарубіжних авторів Х.Д. Айльхауэра, У. Альтенбурга, Е. Дихтля, Ф. Котлера, Х. Хершгена, які були присвячені питанням конкуренції, сегментації, попиту, моді, маркетингу.

Однак, оцінюючи практику прийняття управлінських рішень при аналізі формування виробничої програми на швейних підприємствах України, можна зробити висновок, що вона не в повній мірі відповідає сучасним вимогам господарювання, які склалися в нових умовах ринкових відносин. Це спонукає підприємства проводити аналітичні дослідження ефективного використання ресурсів підприємства та зовнішнього економічного середовища.

Актуальною є необхідність удосконалення механізму формування та виконання виробничої програми на основі аналізу ринку, поведінки й потреб споживачів, дій конкурентів, внутрішнього потенціалу підприємства й інше. Таким чином, в роботі швейних підприємств змінюється механізм аналізу формування виробничої програми, як в частині обґрунтування за потребами в продукції, використовуючи маркетинговий аналіз, так і в частині обґрунтування за можливостями, вводячи елементи нарощування потенціалу підприємства та алгоритми відбору продукції за рівнем ефективності випуску.

Потреба подальшої розробки питань удосконалення аналізу формування та виконання виробничої програми на швейних підприємствах в сучасних умовах господарювання зумовила вибір теми дисертації її структуру і головні напрямки дослідження.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційна робота виконана відповідно до плану науково-дослідних робіт Тернопільської академії народного господарства і належить до госпдогвірної теми “Розробка ділової стратегії підприємства профспілок Мінмашпрому України в умовах ринкової економіки”, (номер державної реєстрації 0197U012850). Внесок автора полягає у теоретичному обґрунтуванні основних принципів аналізу формування виробничої програми, в розробці пропозицій щодо їх впровадження на підприємствах швейної промисловості України.

Мета і задачі дослідження. Метою дисертаційного дослідження є вивчення та вдосконалення системи аналізу формування та виконання виробничої програми на підприємствах швейної галузі України за рахунок використання сучасних аналітичних систем, форм підвищення ефективності виробництва, раціонального і ефективного використання ресурсів.

Виходячи з вказаної мети, в дисертації поставлені наступні завдання:

- оцінити стан та визначити перспективу розвитку швейної галузі України в умовах формування ринкової економіки;
- дослідити діючу практику і існуючі основні підходи щодо аналізу формування виробничої програми на підприємствах швейної галузі;
- визначити місце і значення маркетингового аналізу в управлінні швейними підприємствами;
- розробити принципи і загальну схему аналізу формування виробничої програми підприємства;
- оцінити рівень конкурентоспроможності швейних виробів по підприємствах, що аналізуються;
- провести аналіз використання виробничого потенціалу для виконання виробничої програми на підприємстві;
- проаналізувати вплив зовнішнього середовища на формування та виконання виробничої програми;
- вдосконалити методика аналізу сегментів ринку за групами споживачів швейних виробів;
- вдосконалити методика оцінки виявлення закономірностей оновлення асортименту;
- провести багатокритеріальний аналіз формування та виконання виробничої програми з використанням економіко-математичних методів.

Об'єктом дослідження є процеси формування та виконання виробничої програми підприємств швейної промисловості Західного регіону України.

Предметом дослідження є методологія і методика аналізу формування та виконання виробничої програми на підприємствах швейної галузі.

Методи дослідження. Методологічною та методичною основою дослідження стали основні положення діалектичного методу щодо пізнання різних економічних явищ та процесів в безперервному їх розвитку та взаємозв'язку. При дослідженні об'єктів застосовувались різні аналітичні прийоми: економічного та статистичного аналізу; економіко-математичні методи, методи екстраполяції, моделювання, експертного опитування, планування й прогнозування. Основною інформаційною базою проведення всіх перерахованих методів дослідження стали фактичні показники роботи підприємств швейної галузі Західного регіону України. В процесі дослідження були вивчені праці вітчизняних та зарубіжних авторів.

Наукова новизна одержаних результатів проведеного дослідження полягає в розроблених особисто здобувачем рекомендацій та пропозицій щодо вдосконалення методів аналізу формування та виконання виробничої програми адаптованої до ринкових умов. В результаті проведеного дослідження обґрунтовано такі положення, які мають наукову новизну:

- комплексно досліджено стан та тенденції зміни методики аналізу формування та виконання виробничої програми на підприємствах швейної галузі в умовах реформування економіки;
- доведена необхідність переорієнтації аналізу формування та виконання виробничої програми в швейній галузі;
- розроблена загальна логічна схема аналітичної підготовки управлінського рішення щодо формування портфеля замовлень продукції швейного підприємства, яка адаптована до умов ринку;
- запропоновано алгоритм оцінки конкурентоспроможності виробів;
- розроблено алгоритм в якому узагальнено окремі показники в єдиний індикатор рівня інтенсивності конкуренції на товарному ринку;
- удосконалено методику аналізу сегментів ринку за групами споживачів швейних виробів;
- удосконалено методику оцінки виявлення закономірностей оновлення асортименту;
- використано економіко-математичні моделі щодо аналізу формування та виконання виробничої програми на підприємствах швейної галузі.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що теоретичні і методичні дослідження проблеми доведено до практичних висновків і методичних рекомендацій, які можуть

бути використані підприємствами швейної галузі при аналізі формування та виконання виробничої програми. Результати проведеного дослідження враховані при аналізі формування та виконання виробничої програми та бізнес плану на Тернопільському ВАТ швейна фірма "Галія", ВАТ швейна фабрика м. Чортків та інших підприємств західного регіону України (що підтверджується довідками впровадження).

Окремі положення дисертаційного дослідження використовуються в учбово-методичній роботі кафедри економічного аналізу Тернопільської академії народного господарства (що підтверджується довідками).

Апробація результатів дисертації. Основні результати дисертаційної роботи одобрені економічними службами підприємств швейної галузі, в тому числі і Тернопільським ВАТ швейна фірма "Галія".

Тези дисертаційного дослідження знайшли своє відображення у семи публікаціях. Про основні результати дисертаційної роботи автор доповідав на міжвузівській науково – практичній конференції "Актуальні проблеми розвитку економіки України в перехідний період до ринку" (м. Тернопіль, 1996 р.), наукових семінарах кафедри економічного аналізу та економіки підприємств і корпорацій Тернопільської академії народного господарства.

Публікації. За результатами наукових досліджень опубліковано 7 наукових праць загальним обсягом 2,5 д.а., з них 4 – у наукових фахових виданнях обсягом 1,3 д.а.

Обсяг і структура роботи. Дисертація складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг роботи – 177 сторінок, у тому числі 29 таблиць, які розміщені на 25 сторінках, 9 рисунків, розміщених на 9 сторінках, додатків, що займають 19 сторінок. Список використаних літературних джерел складає 134 найменувань і займає 12 сторінок.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЙНОЇ РОБОТИ

У **вступі** обґрунтовано актуальність вибраної теми, визначена мета та основні завдання, об'єкти дослідження, наукова новизна і практичне значення розроблених рекомендацій.

У **першому розділі** "Механізм формування виробничої програми на підприємствах" – досліджуються місце і роль швейної галузі в легкій промисловості України; тенденції аналізу формування виробничої програми на підприємствах галузі; питання, що пов'язані з перспективою розвитку вітчизняного виробництва в Україні; значення маркетингового аналізу щодо формування виробничої програми; запропонована схема аналітичної підготовки управлінських рішень щодо формування портфеля замовлень продукції підприємства.

Для реалізації поставленої мети в дисертації на основі опрацювання цілого ряду літературних джерел проведено дослідження змісту економічної категорії "виробнича програма", її

ролі та місця на підприємстві. В роботі визначено коло різних економічних чинників, які впливають на аналіз формування виробничої програми на підприємствах швейної галузі.

Проведені автором дослідження свідчать, що швейна промисловість перебуває в кризі. Випуск продукції відносно 1990 року скоротився (табл. 1), що було зумовлено як специфічними проблемами самої галузі, так і загальною економічною ситуацією в країні. Швейна галузь була найбільш незахищеною і не пристосованою до жорсткої конкуренції на світовому ринку.

Таблиця 1.

Темпи зміни обсягів виробництва продукції легкої промисловості України в розрізі основних підгалузей за 1990 – 1999 роки (%).

	1990	1995	1996	1997	1998	1999	1999 до 1998	Середньо річні темпи зростання виробництва
Легка промисловість	100	32	24	24	25	27	108	76
Текстильна	100	22	14	11	9	8	88	60
Швейна	100	62	57	67	81	84	103	97
Шкіряна, хутрова й взуттєва	100	32	24	24	22	21	95	73

Процес виходу з кризи повинен передбачати випуск більш якісної, дешевшої та конкурентоспроможної продукції, скорочення обсягів імпорту за рахунок підвищення митних тарифів на вироби, які в достатній мірі виробляються в країні. Підприємствам що працюють на давальницькій сировинні треба підвищити розцінки оплати праці за виготовлену продукцію для повного відшкодування своїх виробничих витрат. Крім цього необхідно ефективніше організувати роботу маркетингових служб швейних підприємств для забезпечення більш раціонального розміщення швейного виробництва в територіальному розрізі, враховуючи вільні потужності, які не використовуються на підприємствах галузі. В зв'язку з проблемою власних коштів, неплатоспроможністю замовників, не прийнятими умовами кредитування з боку комерційних банків, підприємствам треба дозволити самостійно вирішувати форми розрахунків з партнерами, формування виробничої програми здійснювати відповідно до структури попиту населення, підвищити швидкий рівень освоєння модного асортименту швейних виробів, ліквідувати дефіцит пропозиції, який зараз спостерігається в Україні і має не стільки кількісну, скільки структурну й особливо, якісну основу.

У процесі проведених досліджень аналізу формування виробничих програм на підприємствах встановлено, що при командно-адміністративній системі така програма формувалась виходячи з потреби в одязі, враховувались лише “сухі” норми споживання випущених виробів, які не відображали психологічної сторони зв'язку покупця й виробника.

В сучасних умовах господарювання при формуванні виробничої програми все більшого значення набуває маркетинговий аналіз. Маркетинговий (ситуаційний) аналіз є одним із винятково діючих методів самоаналізу і самоконтролю за результатами господарської діяльності підприємства. Його ціль - показати керівництву і керівникам окремих підрозділів реальний стан, у якому на момент проведення аналізу знаходиться підприємство. Добре проведений ситуаційний аналіз дозволяє керівництву підприємства спрогнозувати нові, найбільш перспективні напрямки розвитку основної виробничо-господарської діяльності. Необхідність в ньому викликана тим, що змінилися співвідношення факторів, які формують кінцеві результати діяльності підприємства. Зокрема, різко зросла роль зовнішніх (неконтрольованих) факторів, що зумовили докорінну зміну принципів та методів планування асортименту продукції.

Проведені автором дослідження дозволили запропонувати аналітичну схему прийняття управлінських рішень, щодо формування виробничої програми. Використання етапів схеми дозволять більш ефективно вирішувати питання, пов'язані з прискоренням реакції підприємства на зміну потреб і попиту споживачів, більш повно враховувати вимоги до якості і дизайну одягу (рис. 1).

При аналізі формування виробничої програми підприємствам слід враховувати наступні основні критерії – це ринкові (потреба у виробі, перспективи розвитку ринку; рівень конкуренції; ступінь стабільності ринку); товарні (споживчі характеристики; ціна, упаковка); виробничі (обладнання і персонал підприємства, сировинні ресурси, інженерно-технічні і досвід персоналу).

У другому розділі **“Передплановий аналіз виконання виробничої програми”** на основі проведеного аналізу виконання виробничої програми на підприємстві оцінено конкурентоспроможність швейних виробів одного підприємства у порівнянні з аналогами іншого. Здійснений аналіз ресурсозабезпечення підприємств. Проведений аналіз впливу зовнішнього середовища на формування та виконання виробничої програми.

Як встановлено проведеним дослідженням, в умовах ринкової економіки однією з найважливіших проблем при формуванні підприємством своєї виробничої програми є аналіз конкурентоспроможності одягу, тому що цей фактор набуває особливого значення для сфери виробництва, торгівлі і споживання.

На підприємствах швейної галузі для того, щоб підвищити конкурентоспроможність виробів, автор пропонує правильно оцінити вже досягнутий рівень з допомогою схеми, яка наведена на рис. 2.

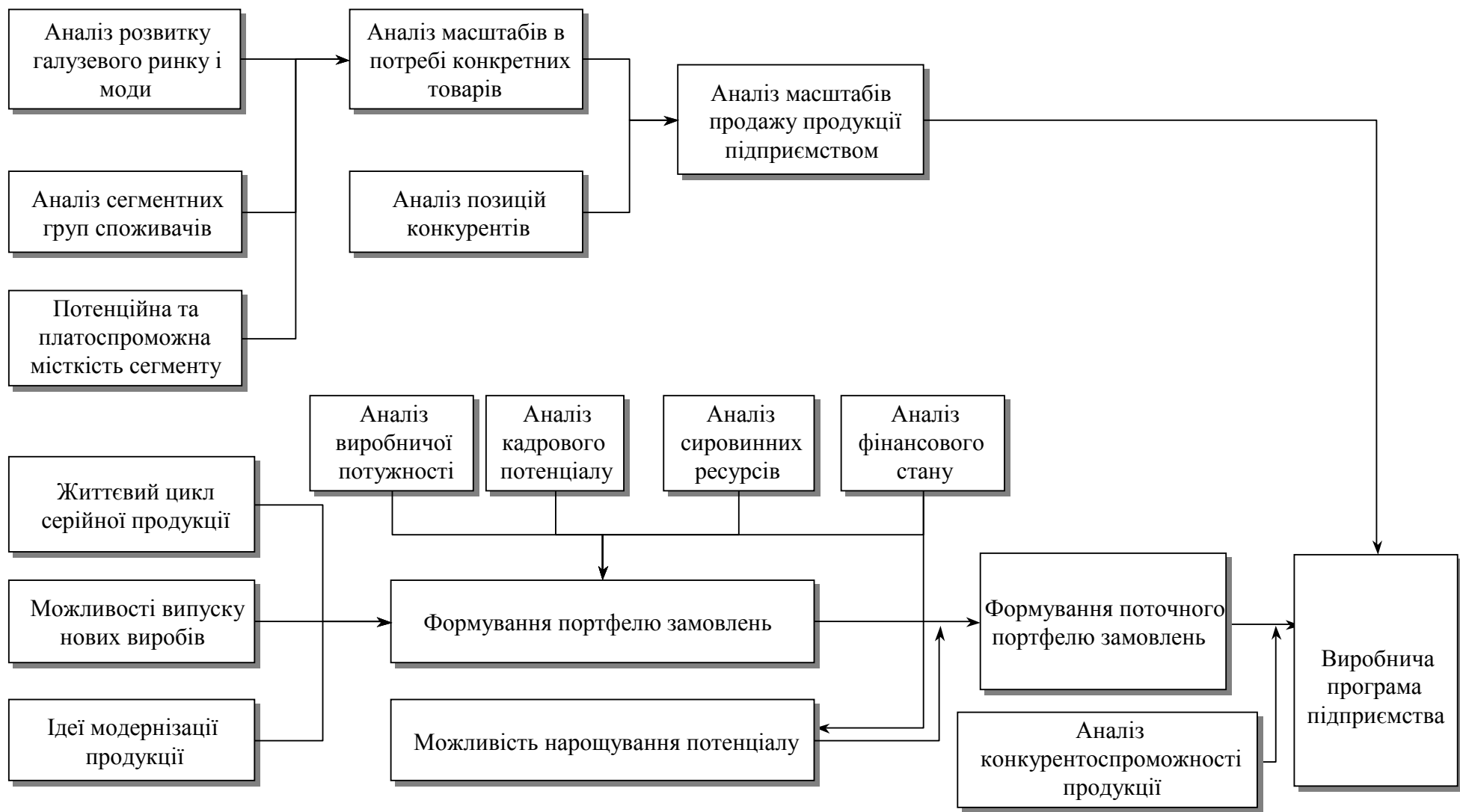


Рис. 1. Схема обґрунтування управлінського рішення щодо формування виробничої програми.

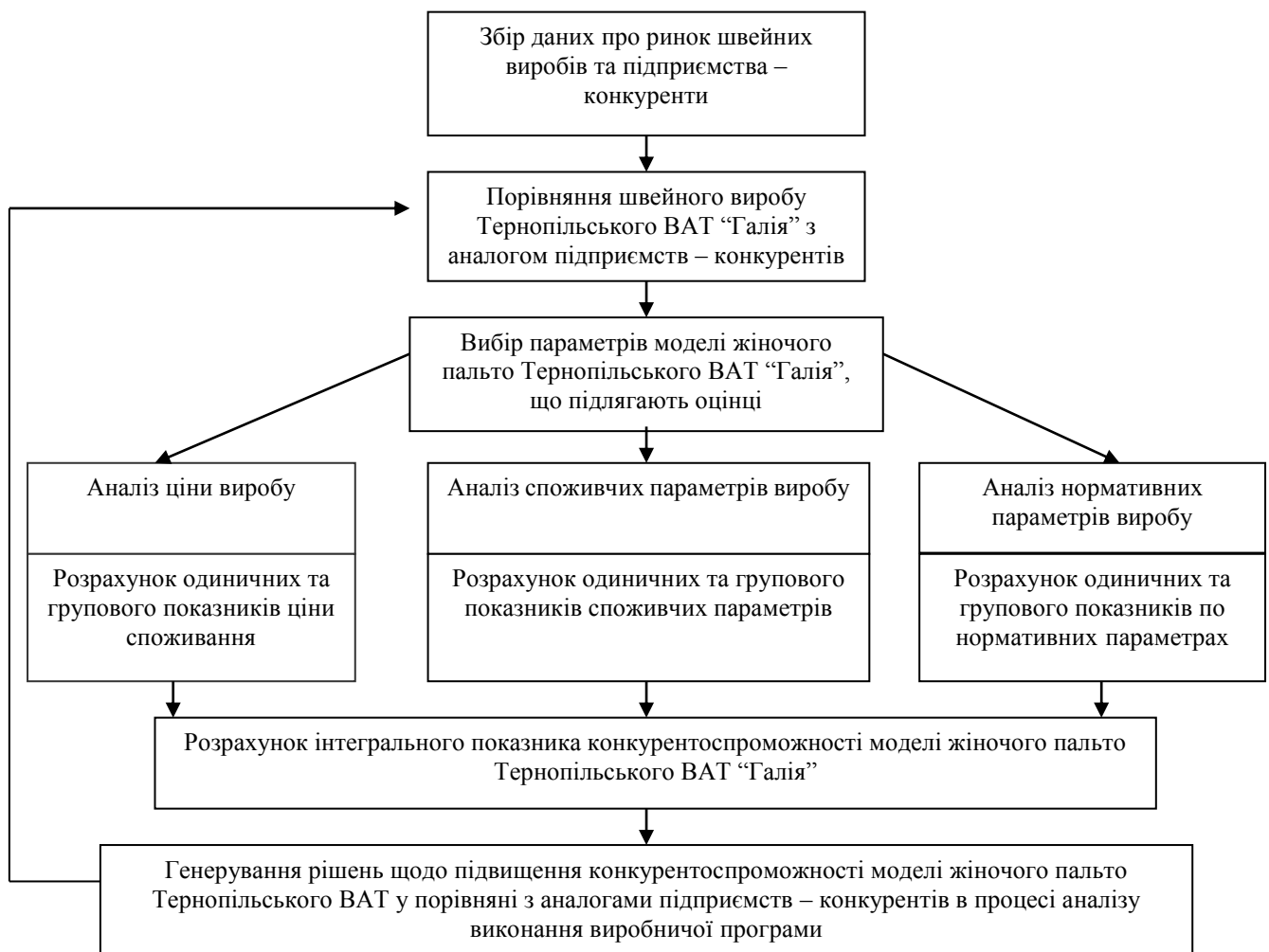


Рис. 2. Алгоритм оцінки конкурентоспроможності швейного виробу (жіноче пальто) Тернопільського ВАТ швейна фірма “Галія” у порівнянні з аналогами конкурентів.

На основі запропонованої схеми у дисертації здійснено розрахунок одиничних, групових та інтегрального показників конкурентоспроможності продукції. При цьому зіставлено оцінювану продукцію з кожним відібраним зразком окремо. Як показала практика, використання методики (оцінки конкурентоспроможності швейних виробів) дозволило переглянути і оптимізувати випуск асортименту підприємства.

На основі проведених досліджень автором встановлено, що реальними конкурентами для Тернопільського ВАТ швейна фірма “Галія” крім виробів вітчизняного підприємства є продукція перспективних фірм Франції, Італії, Англії; продукція турецького виробництва; ательє індивідуального пошиття.

Використовуючи дані по вивченню конкурентів, автором складені профілі конкурентів (рис. 3). З рисунку видно, що самим важливим параметром для споживачів (молодіжного) сегменту виявилось відповідність фігурі. Причому треба відмітити, що як у виробів Тернопільського ВАТ швейна фірма “Галія”, так і у виробів основних конкурентів цей рівень середній.

Рівень параметрів	високий	вище середнього	середній	нижче середнього	низький
-------------------	---------	-----------------	----------	------------------	---------

Значними параметри для споживача					
1. відповідність фігурі (різновид розмірів)					
2. кольорова гама(різновид кольорів і оздоблень)					
3. відповідність моді					
4. індивідуальність					
5. якість виготовлення					
6. рівень цін					
7. привабливість торгової марки					
8. культура обслуговування					

— - Тернопільське ВАТ швейна фірма “Галія”;

----- - Франція, Італія;

◆—◆ - Туреччина;

←—→ - Ательє індивідуального пошиття.

Рис. 3. Профілі основних конкурентів.

Іншим важливим результатом є проведене аналітичне дослідження потенціалу підприємств швейної галузі, яке свідчить про те, що методи формування виробничої програми обов'язково повинні враховувати наявні ресурси підприємства, які є в його розпорядженні.

Зміст та величина потенціалу визначаються елементами, які його формують, факторами, які визначають його динаміку, та характером і узгодженістю взаємодії окремих компонентів між собою. Таким чином, автор здійснив аналіз складових елементів, які формують зміст виробничої програми швейного підприємства тобто:

- укомплектованість підприємства робочою силою, її використання як за часом, так і за якістю праці;
- наявність основних фондів (обладнання, споруд, транспорту), можливість їх вмілої та раціональної експлуатації, яка забезпечує систематичний приріст продукції з кожної гривні цих фондів;
- наявність матеріальних ресурсів (сировини, допоміжних матеріалів, палива) у відповідному асортименті і створенні умов для їх економного витрачання.

Всі перераховані фактори діють взаємопов'язано. Вони можуть здійснювати як позитивний вплив на випуск продукції, так і негативний, причому в один і той самий час одні з них сприяють виконанню і перевиконанню плану випуску продукції, а інші можуть стримувати ріст виробництва.

На основі проведеного дослідження можна зробити висновок про те, що коефіцієнт обороту по звільненню зменшився на всіх підприємствах. Позитивною тенденцією є зменшення коефіцієнту

плинності. Але показники забезпечення підприємств робітниками ще не характеризують ступінь їх використання і, звичайно, не можуть бути факторами, які безпосередньо впливають на виконання виробничої програми. Виконання залежить не стільки від чисельності робітників, скільки від кількості затраченої на виробництво праці, яка визначається кількістю робочого часу, від ефективності праці.

Насамперед треба відмітити тенденцію зростання числа відпрацьованих днів, що намітилася на всіх підприємствах одним робітником в порівнянні з попереднім роком. Відбулося зниження цілодобових втрат робочого часу за рахунок проведення заходів по скороченню простоїв і збіжності святкових днів з вихідними днями. Знизилися і внутрішньозмінні втрати робочого часу в розрахунку на одного члена трудового колективу.

Одним із завдань розвитку підприємства є забезпечення виконання виробничої програми передусім раціональним використанням основних засобів за рахунок більш повного використання внутрішніх резервів.

Основними факторами які стримують більш повне використання потужностей, на швейних підприємствах є: вихід з ладу обладнання в зв'язку з моральним та фізичним зносом, перебої в забезпеченні сировиною, електроенергією, плинність кадрів.

Поліпшення використання діючих основних фондів промислових підприємств, в тому числі знову введених в експлуатацію, може бути досягнуте завдяки:

- 1) підвищенню інтенсивності використання основних фондів;
- 2) підвищенню екстенсивності їх навантаження. Більш інтенсивне використання основних фондів досягається передусім за рахунок технічного вдосконалення.

Інтенсивність використання основних фондів підвищується також шляхом вдосконалення технологічних процесів; організації безперервно-потокowego виробництва на базі оптимальної концентрації виробництва однорідної продукції; вибору сировини, його підготовки до виробництва відповідно до вимог заданої технології і якості продукції, що випускається; забезпечення рівномірної, ритмічної роботи підприємств, цехів і виробничих дільниць, проведення ряду інших заходів, які дозволяють підвищити швидкість обробки предметів праці і забезпечити збільшення виробництва продукції в одиницю часу, на одиницю обладнання або на 1 кв. м. виробничої площі. Велике значення в покращанні використання основних фондів має матеріальне стимулювання робітників.

Раціональне, економне використання матеріальних ресурсів впливає на зниження собівартості та можливість додаткового випуску продукції. Тому орієнтація на прогресивні нормативи використання матеріалів має важливе значення для оцінки резервів. В швейній галузі в якості таких нормативів застосовують галузеві норми, або рівень розходу, досягнутий на прогресуючих підприємствах.

Здійснений аналіз факторів і вплив їх на виробничу програму підприємства, дозволив раціонально використовувати ресурси при обґрунтуванні управлінських рішень.

У роботі проведений аналіз сукупного впливу зовнішнього середовища на характер конкуренції між підприємствами галузі. Саме рівень активності зовнішнього середовища є визначальним моментом як у виборі засобів і методів ведення конкурентної боротьби, так і в інтенсивності коригування виробничої програми підприємства.

Узагальнення окремих показників рівня конкуренції на товарному ринку (I_h , I_{dk} , I_{kr}) в єдиний індикатор рівня конкуренції з урахуванням їхнього мультиплікативного характеру зроблено з допомогою наступної моделі:

$$I_k = \sqrt[3]{I_h \times I_{dk} \times I_{kr}} \quad (1)$$

де I_k - узагальнений показник інтенсивності конкуренції, який змінюється $0 \leq I_k \leq 1$.

I_h – індекс Герфіндаля ($0 < I_h \leq 1$);

I_{dk} - показник динамічної інтенсивності конкуренції;

I_{kr} – показник інтенсивності конкуренції, що враховує рівень рентабельності ринку.

Запропонований автором алгоритм оцінки інтенсивності конкуренції дозволяє дати агреговану, об'єктивну загальну оцінку активності зовнішнього середовища швейного підприємства і може використовуватись для обґрунтування управлінських рішень по вибору стратегій конкурентної боротьби та про доцільність в її рамках коригування виробничої програми в залежності від змін в зовнішньому середовищі.

В дисертаційному дослідженні запропоновані базові стратегії конкуренції для вирішення проблеми впливу зовнішнього середовища на виробничу програму для підприємств, які мають яскраво виражений основний вид діяльності. Головний критерій вибору стратегії - адаптація своїх можливостей до конкретних умов ринку.

У третьому розділі – **“Методика аналізу формування виробничої програми та напрями її вдосконалення”** розглядаються питання аналізу сегментів ринку в процесі маркетингового дослідження споживачів одягу Західного регіону; принципи оновлення асортименту; а також – підходи до вирішення деяких завдань аналізу формування виробничої програми з допомогою економіко-математичних моделей.

У сучасних умовах господарювання для підприємства головною дійовою особою на споживчому ринку швейних виробів виступає людина з властивими тільки їй неповторним набором специфічних потреб, як психологічних так і фізичних і соціальних, які перебувають під постійним впливом зовнішніх факторів. Очевидно, успіх функціонування швейного підприємства залежить в першу чергу від того, наскільки вдало і повно воно зуміє задовольнити споживача, тобто сформувати своє коло покупців.

Однак, задовольнити смаки та запити всього населення одному підприємству просто неможливо і економічно не вигідно. Тому швейні підприємства повинні при формуванні своєї виробничої програми орієнтуватись переважно на визначену досить значну групу споживачів, які мають приблизно однакові вимоги до його продукції.

Аналіз сегментів ринку проводиться також з метою раціоналізації витрат підприємства-виробника на розробку програми виробництва, випуску і реалізації своєї продукції.

В роботі в якості методичного апарату опрацювання зібраної інформації використовувався: метод зіставлення і аналізу, метод експертних оцінок, метод рангової кореляції.

Ефективність аналізу сегментів ринку при формуванні виробничої програми швейного підприємства, на думку автора, буде мати успіх, коли під час його проведення будуть дотримуватись такі умови: виділений сегмент повинний бути достатньо стійким, містким і мати перспективи росту; сегмент повинний бути доступним для підприємства, тобто мати відповідні канали збуту і розподілу продукції, особистої та масової комунікації, систему доставки виробів споживачам; сегмент повинен бути достатньо захищений від конкуренції, тобто слід визначити сильні і слабкі сторони конкурентів і власні переваги в конкурентній боротьбі в цьому сегменті.

Вдалих аналіз сегментів ринку тобто визначення реальних споживачів – необхідні умови успіху кожного швейного підприємства, що діє на товарному ринку, де існує високий рівень конкуренції.

На підставі проведених досліджень можна зауважити, що використання математичних прийомів вирішення питань асортименту продукції при високих темпах інфляції, спонтанному рості цін на ресурси стають в багатьох випадках неможливими через часті зміни констант (цін, затрат, оцінок попиту і інше) математичних моделей. До формування асортиментної політики підприємства в подібній ситуації можуть бути залучені менш строгі якісні методи, основані на аналізі оцінок стану ринку конкретної продукції і положення підприємства на цьому ринку. В якості таких оцінок запропоновано використовувати два показника: частка на ринку, яка належить підприємству в порівнянні з часткою провідного конкурента; темп розширення ринку даної продукції.

На базі цих показників автором розроблена класифікація асортименту швейних виробів Тернопільського ВАТ швейна фірма "Галія" у порівнянні з АТВТ "Трембіта" м. Чернівці. На думку автора, практичне значення такої класифікації в тому, що для кожної групи виробів підприємству пропонується визначена стратегія, реалізація якої дозволяє йому досягти найбільших успіхів на ринку.

Треба відмітити, що описаний метод орієнтований на внутрішній ринок. Його практично неможливо використати при виході на зовнішній ринок.

Для вирішення завдань вибору оптимального організаційного рішення, яке забезпечує ефективне використання основних елементів виробництва, важливе місце відводиться застосуванню економіко-математичних методів.

Одним з напрямків підвищення ефективності виробництва в швейній галузі є удосконалення його організації і оперативного управління.

На підставі оптимізаційних економіко-математичних моделей автором був розрахований прогнозний попит на окремі вироби підприємства. З допомогою лінійної моделі максимізації прибутку, були розраховані найприбутковіші вироби для запровадження їх у виробництво підприємства. На основі динамічної моделі розподілу інвестицій був здійснений розрахунок вкладу інвестицій у швейні вироби і вибрані найприбутковіші для запуску у виробництво при формуванні виробничої програми підприємства.

Впровадження в практику швейних підприємств пропонованих підходів до аналізу формування та виконання виробничої програми дозволить підвищити ефективність процесу прийняття рішень і, відповідно покращити, результати роботи таких підприємств в цілому.

ВИСНОВКИ

Узагальнюючи практичні і теоретичні результати виконаного дослідження щодо методики аналізу формування та виконання виробничої програми на підприємствах швейної галузі України, автором зроблені такі висновки:

1. Ефективне господарювання підприємств швейної галузі в умовах ринку тісно пов'язане з аналізом формування та виконання виробничої програми. Практична діяльність підприємств в нових умовах господарювання, яка здійснюється в процесі реформ, не змінила відношення до раціонального і ефективного формування виробничої програми, не була створена економічна зацікавленість колективів в зниженні затрат виробництва.

2. На перший план висуваються завдання перебудови управління діяльності швейних підприємств і галузі в цілому. Для цього слід прискорити інтенсивне стимулювання інтеграційних процесів у виробничо-господарських зв'язках підприємств, у тому числі створення асоціацій та інших добровільних об'єднань підприємств суміжних галузей – виробників сировини, матеріалів, готової продукції та банківського капіталу.

3. Слід надавати підтримку підприємствам всіх форм власності із залученням іноземних інвестицій та технологій. Здійснювати протекціоністські заходи для захисту вітчизняних товаровиробників шляхом підвищення ставок ввізного мита на імпорт тієї продукції, що виробляється на підприємствах галузі в достатній кількості, як практикується в розвинутих країнах.

4. Відновити практику надання довготермінових кредитів на закупівлю сировини й проведення заходів щодо модернізації виробництва й організації випуску високоякісних товарів, що

конкурують на світовому ринку. Важливою функцією органів управління в швейній галузі України є вироблення заходів з метою ліквідації збитковості і підвищення рентабельності підприємств.

5. Механізм аналізу формування виробничої програми в умовах командно-адміністративної системи, що базувався на результатах держзамовлень в яких зазначалася кількість штук, якість виробів, що визначалась держстандартами, різновид асортименту, вид тканини, колір виробу, приблизні норми споживання, був не ефективний. Не враховувались особливості ринку, на яких діяв конкретний виробник. Не дивлячись на те, що план розроблявся колективом підприємства, основні показники виробничої програми затверджували вищестоящі організації.

Для поліпшення якості формування виробничої програми в швейній галузі необхідно аналізувати “ринок споживача”. Це – аналіз встановлення обсягів потреб населення в певних швейних виробках.

6. Запропонована автором схема прийняття управлінських рішень щодо аналізу формування виробничої програми на швейних підприємствах дозволить більш ефективно вирішувати питання, пов’язані з прискоренням її реакції на зміну потреб і попиту споживачів, більш повно враховувати вимоги до якості і дизайну одягу. Причому завоювання нових ринків, чи навіть утримання завойованих позицій в нових умовах неможливе тільки пасивним пристосуванням до зміни попиту на швейні вироби, а вимагає активного впливу на споживача, шляхом створення своїх модних зразків. В цих умовах аналіз формування та виконання виробничої програми підприємства повинен опиратись як на аналіз діючого попиту так і на аналіз прогнозованої зміни з одного боку, а з другого на врахування можливостей доступу підприємства до необхідних виробничих ресурсів. Тільки таке поєднання, забезпечить точну адресну спрямованість продукції, яку випускає підприємство, прискорить оборотність його капіталу, та підвищить фінансову ефективність виробничого процесу.

7. Вихід на світовий ринок, як і вихід з кризи може здійснитися лише за рахунок випуску конкурентоспроможної продукції шляхом налагодження чіткого механізму аналізу виконання виробничої програми. Саме йому, на думку автора, належить вирішальна роль в пошуках нових підходів до управління швейною галуззю країни.

Для того, щоб підвищити конкурентоспроможність виробів, необхідно в першу чергу правильно оцінити вже досягнутий рівень конкурентоспроможності. Автором оцінено конкурентоспроможність виробів Тернопільського ВАТ швейна фірма “Галія” у порівнянні з виробами аналогами конкурентів. Проведений за цією схемою аналіз рівня конкурентоспроможності дозволяє обґрунтовувати політику підприємства під час формування його виробничої програми.

8. Передплановий аналіз використання виробничого потенціалу підприємства є передумовою формування виробничої програми. За даними аналізу укомплектованості підприємства робочою силою, ефективності використання основних фондів та матеріальних

ресурсів розраховані можливі резерви збільшення випуску продукції за рахунок цих факторів, обґрунтовані управлінські рішення по мобілізації виявлених резервів підвищення віддачі основних фондів підприємства.

9. Одним з етапів аналізу формування та виконання виробничої програми є оцінка сукупного впливу зовнішнього середовища на характер конкуренції між підприємствами галузі. Саме рівень активності конкурентного середовища є визначальним моментом як у виборі засобів і методів ведення конкурентної боротьби, так і в інтенсивності коригування виробничої програми підприємства.

10. Нормалізація споживчого ринку – важлива в соціальному плані частина стабілізаційного розділу переходу до ринку. Ринок товарів народного споживання представляє собою форму і засіб задоволення людей. В умовах децентралізованого формування виробничої програми підприємства повинні забезпечити повний продаж на ринку всієї запланованої до випуску продукції по запропонованих цінах і це можна здійснити тільки при умові випуску продукції в необхідному обсязі з споживчими властивостями, які вимагаються. Тому вдосконалення методики аналізу сегментів ринку за групами споживачів, виявлення кількісних і якісних потреб в продукції швейної галузі представляє собою один з найбільш важливих етапів дисертаційного дослідження.

11. Найбільш розповсюдженим (хоча і не єдиним) критерієм оптимальності й асортиментного складу продукції в ринковому середовищі є прибуток, конкретні шляхи максимізації якого визначаються вибраною підприємством асортиментною політикою. Асортиментна політика складається з вироблення (у відповідності з цілями, які переслідують підприємства) і реалізації рішень відносно номенклатури (найменувань) продукції яка випускається, різновиду асортименту при виготовленні виробів одного найменування, необхідності розширення асортименту і методів його вирішення.

Вдосконалюючи методи оцінки виявлення закономірностей оновлення асортименту продукції, підприємство раціонально формує свою виробничу програму, включаючи в неї той асортимент виробів який дасть йому найбільше прибутку.

12. Аналіз формування та виконання виробничої програми з використанням економіко-математичних моделей на прикладі Тернопільського ВАТ швейна фірма “Галія” дав уяву про принципи і підходи комерційної діяльності і формування асортиментної політики з врахуванням ринкових досліджень. Застосування економіко-математичних методів на різних етапах аналізу формування виробничої програми підприємства і в процесі її виконання дозволяє більш ефективно використовувати виробничий потенціал з врахуванням зовнішніх умов, що змінюються (попиту, затвердження і контроль економічних показників, умов постачання).

Практична значимість проведених досліджень полягає в можливості застосування методів оптимізації планування асортименту на підприємстві, яке працює в умовах ринкових відносин.

Таким чином, запропоновані в дисертаційному дослідженні пропозиції по вдосконаленню діючої методики аналізу формування виробничої програми створюють необхідні умови для раціонального формування виробничої програми, управління і контролю за витрачанням ресурсів на виробництво продукції, дадуть змогу виявити резерви зниження витрат і підвищення ефективності виробництва. Доцільність практичного використання одержаних в процесі дисертаційного дослідження висновків і розроблених пропозицій підтверджуються позитивною оцінкою і використанням при аналізі власних виробничих програм підприємств швейної галузі України.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

У наукових фахових виданнях

1. Карапетян Е.Т. Система планування та аналізу виробничої програми підприємства легкої промисловості в умовах ринку. / Наукові записки. Збірник наукових праць викладачів і аспірантів кафедри економічного аналізу ТАНГ. – Тернопіль, 1998. – с. 82 – 85, 0,3 д.а.
2. Карапетян Е.Т. Принципова схема аналізу формування виробничої програми швейних підприємств в ринкових умовах. / Наукові записки. Збірник наукових праць викладачів і аспірантів кафедри економічного аналізу ТАНГ. – Тернопіль, 1999. – с. 156 – 158, 0,2 д.а.
3. Карапетян Е.Т. Методика аналізу конкурентоздатності швейної продукції на регіональних ринках. / Збірник наукових праць кафедри управління трудовими ресурсами і розміщення продуктивних сил ТАНГ. №3, 1999. – с. 117 – 121, 0,4 д.а.
4. Карапетян Е.Т. Вплив маркетингового середовища на формування виробничої програми. / Наукові записки. Збірник наукових праць викладачів і аспірантів кафедри економічного аналізу ТАНГ. – Тернопіль, 2000. – с. 112 – 115, 0,4 д.а.

В інших виданнях

5. Карапетян Е.Т. Роль економічного аналізу маркетингової діяльності (стратегії) підприємства. Наукові записки / під редакцією заслуженого діяча науки і техніки України, доктора економічних наук, професора Шкарабана С.І. – Тернопіль 1997. с. 59 – 60, 0,4 д.а.
6. Карапетян Е.Т. Стан та перспективи розвитку легкої промисловості України в період становлення ринкових відносин. Наукові записки Тернопільського державного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: Філософія, економіка, соціологія. № 2, 1999. – с. 154 – 157, 0,4 д.а.
7. Карапетян Э.Т. Проблемы перспективы швейной отрасли Украины. Экономика в условиях перехода. Научные исследования. Издава:СА “Д.А. Ценов” Свиштов, 2000. – с. 97 – 101, 0,4 д.а.

АНОТАЦІЯ

Карапетян Е.Т. Аналіз формування та виконання виробничої програми в умовах ринкових відносин (на прикладі швейних підприємств Західного регіону України) – рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.04. – Бухгалтерський облік, аналіз та аудит. – Тернопільська академія народного господарства. Тернопіль, 2001 р.

В дисертації розглянуті теоретичні, методологічні і практичні питання аналізу формування та виконання виробничої програми на підприємствах швейної галузі України. В роботі запропоновано напрямки вдосконалення аналізу формування виробничої програми, зокрема, в питаннях що стосуються механізму аналізу сегментів споживачів швейних виробів, оновлення асортименту продукції, застосування економіко-математичних методів при аналізі формування виробничої програми.

Ключові слова: виробнича програма, маркетинг, конкурентоспроможність, аналіз господарської діяльності, сегментація, мода, попит, асортимент.

АННОТАЦІЯ

Карпетян Э.Т. Анализ формирования и выполнения производственной программы в условиях рыночных отношений (на примере швейных предприятий Западного региона Украины) - рукопись.

Диссертация на получение научной степени кандидата экономических наук по специальности 08.06.04. - Бухгалтерский учет, анализ и аудит. – Тернопольская академия народного хозяйства. Тернополь, 2001 г.

В работе проведены комплексные исследования швейной отрасли. Автором рассматриваются пути выхода из кризиса, который наблюдается на протяжении последних лет.

На основании результатов исследования доказано, что действующий в швейной отрасли механизм анализа формирования и выполнения производственной программы не эффективный. Все большего значения в новых условиях хозяйствования, когда предприятия швейной отрасли вынуждены более активно искать новые способы борьбы за потребителя, приобретает использование маркетингового анализа как предпосылки формирования производственной программы. Определены основные принципы и задачи маркетингового анализа, который должен охватывать в комплексе всю производственно-хозяйственную деятельность предприятия, и в конечном итоге предлагать новые идеи и цели, выработать и оценивать способы их достижения, которые отвечают стратегическим направлениям развития и принятию решений руководства.

В диссертации предложена общая схема анализа формирования производственной программы на предприятии, которая должна повысить не только ее эффективность, но и помочь ему выжить в конкурентной борьбе.

В работе рассматривается алгоритм оценки конкурентоспособности изделий предприятия, с помощью которого можно определить уровень конкурентоспособности продукции одного

предприятия в сравнении с аналогами других фирм и установить ту группу изделий, которые будут включены в производственную программу на плановый год.

Произведен анализ укомплектования предприятия рабочей силой, эффективности использования основных фондов и материальных ресурсов, рассчитаны возможные резервы увеличения выпуска продукции за счет этих факторов, обоснованы управленческие решения по мобилизации выявленных резервов повышения отдачи необоротных активов предприятия.

Предложенный алгоритм оценки интенсивности конкуренции, который разрешил дать агрегированную, объективную оценку влияния внешней среды на анализ формирования и выполнения производственной программы предприятий. Результаты, проведенных на основе алгоритма расчетов, разрешили предприятиям выбрать стратегию конкурентной борьбы в рамках коррекции анализа формирования производственной программы.

На основе усовершенствованной автором методики анализа сегментов рынка, выделены основные группы потребителей, на какие надо обратить внимание при формировании производственной программы и ассортиментной политики Тернопольскому ОАО швейная фирма “Галия”. Непосредственно анализ осуществлялся: по доходу; по видам изделий, которые потребляются; по возрасту и доходу; за ростом и размером. На основе этих данных определены основные критерии при выборе товара, которые требуются этими группами потребителей – это мода, цена, качество.

Созданы номенклатурные группы швейных изделий Тернопольского ОАО швейная фирма “Галия”, которые представлены в виде матрицы. Практическое значение таких групп состоит в том, что для каждого класса изделий предприятия предлагается определенная тактика, реализация которой позволяет ему достичь наибольших успехов на рынке.

Проведенный анализ с использованием экономико-математических методов разрешил спрогнозировать спрос на продукцию предприятия, определить доход по отдельным моделям ассортиментной группы и рассчитать потребность в финансовых средствах, которые вкладываются в изделия при формировании производственной программы. Результаты исследования показали практические применения экономико-математических методов при анализе формирования и выполнения производственной программы предприятий швейной отрасли.

Ключевые слова: производственная программа, маркетинг, конкурентоспособность, анализ хозяйственной деятельности, сегментация, мода, спрос, ассортимент.

ANNOTATION

Karapetyan E.T. Analysis of the productive program's formation&realization under market economy conditions (based on clothing enterprises in West-Ukrainian region) – manuscript.

Thesis for a candidate degree in economic science by speciality 08.06.04. – Accounting, analysis&audit. –Ternopil Academy of National Economy. Ternopil, 2001.

The thesis deals with the theoretical, methodological&practical problems in analysis of the productive programm's formation&realization in the enterprises from clothing industry. The work proposes the ways of improving productive programm's formation, i.e. the topics concerning mechanism of the analysis in the consumers of clothing products' segments, renewing the range of goods, using economical&mathmatical methods while searching the productive programm's formation.

Key words: productive programm, marketing, competitiveness, analysis of business activity, segmentation, vogue, demand, range of goods.