

Аналіз асортиментної політики машинобудівного підприємства з метою підвищення попиту на продукцію

Башилова В.П.

студентка

Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Марченко В.М.

доктор економічних наук,

професор кафедри економіки підприємства
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

У статті проводиться аналіз асортиментної політики машинобудівного підприємства на прикладі ТОВ НВФ «Металобудсервіс». На основі SWOT-аналізу виявлені сильні і слабкі сторони ТОВ НВФ «Металобудсервіс», а також існуючі можливості та загрози. За допомогою експертних методів визначено глобальна мета та цілі функціонування підприємства. Проведено морфологічний аналіз можливих стратегій розвитку ТОВ НВФ «Металобудсервіс», здійснений вибір найкращої альтернативи для підвищення ефективності асортиментної політики, та, в свою чергу, підвищення попиту на продукцію, що випускається на існуючому ринку, а також вихід на ринок з новою затребуваною і рентабельною продукцією. Запропоновано напрямки діяльності, перелік заходів та відповідальні особи та відділи за виконання заходів з підвищення попиту на продукцію, що випускається підприємством.

Ключові слова: аналіз асортиментної політики, SWOT-аналіз, машинобудівне підприємство, морфологічний аналіз.

Марченко В.М., Башилова В.П. АНАЛИЗ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ С ЦЕЛЬЮ ПОВЫШЕНИЯ СПРОСА НА ПРОДУКЦИЮ

В статье проводится анализ ассортимента политики машиностроительного предприятия. На основе SWOT-анализа обнаружены сильные и слабые стороны ТОВ НВФ «Металобудсервис», а также существующие возможности и угрозы. С помощью экспертных методов определена глобальная цель и цели функционирования предприятия. Проведен морфологический анализ возможных стратегий развития ТОВ НВФ «Металобудсервис», осуществлен выбор наилучшей альтернативы для повышения эффективности ассортимента политики, и, в свою очередь, повышение спроса на продукцию, что выпускается на существующем рынке, а также выход на рынок с новой востребованной и рентабельной продукцией. Предложены направления деятельности, перечень мероприятий и ответственные лица, отделы за выполнение мероприятий по повышению спроса на выпускаемую предприятием.

Ключевые слова: анализ ассортимента политики, SWOT-анализ, машиностроительное предприятие, морфологический анализ.

Marchenko V.M., Bashylova V.P. SYSTEM ANALYSIS OF THE ACTIVITIES OF A MACHINE-BUILDING ENTERPRISE IN ORDER TO INCREASE THE DEMAND FOR ITS PRODUCTS

The article provides an analysis of assortment policy of the machine-building enterprise. On the basis of SWOT-analysis, the strengths and weaknesses of Metallobudservis LLC, as well as existing opportunities and threats, were identified. With the help of expert methods, the global goal and goals of the enterprise are defined. The morphological analysis of possible development strategies of Metallurgical Plant Metallobuderservis LLC was conducted, the choice of the best alternative for increasing the efficiency of assortment policy was made, and in turn, increased demand for products produced on the existing market, as well as market entry with new demand and cost-effective products. The directions of activity, the list of measures and responsible persons and departments for implementation of measures to increase demand for products manufactured by the enterprise are offered.

Keywords: analysis of assortment policy, SWOT-analysis, machine-building enterprise, morphological analysis.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Однією з умов успішного функціонування і розвитку підприємств в ринковій економіці є постійне якісне вдосконалення їх

діяльності. Воно пов'язане зі змінами в організації праці, технологічному процесі, асортиментної політики, використовуваному обладнанні, в системі стимулювання, кадрової

політики тощо. Керівництву доводиться періодично оцінювати та коригувати поставлені цілі з урахуванням змін зовнішнього середовища і самого підприємства. Удосконалення процесу аналізу машинобудівного підприємства досягається шляхом використання наукового підходу до даного процесу, моделей та кількісних методів. Саме для цього актуальним для машинобудівних підприємств є періодичний аналіз асортиментної політики для виявлення потенційних можливостей для розвитку та підвищення попиту на власну продукцію при найнижчих витратах і забезпечення отримання необхідного розміру прибутку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми дослідження асортиментної політики в цілому і методів її оцінки знайшли своє відображення в працях багатьох вітчизняних вчених, таких, як Ареф'єва Е., Атаманов В.І., Баєв О.В., Бауту А.Н., Бірюкова С.В., Бузукова Е.А., Голубков Є.П., Громовик Б.П., Єгоров І.В., Жуковець М.В., Загорулько О.М., Зотов В.В., Клавдієва Є.В., Лебедева Л.В., Леонов О.І., Міщенко Л.А., Немков В.А., Нестеров Е., Ноздрьова Р.Б., Одинцова Е.В., Скрипкін А.В., Тюкова С.Ю., Щадилова А.В., Щербініна Е. Е. і зарубіжних, таких як, Дихтль Е., Котлер Ф., Хёршген Х. та інші.

Таблиця 1

SWOT-аналіз ТОВ НВФ «Металобудсервіс»

Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
1. Серійне виробництво 2. Індивідуальний підхід до клієнта: можливість виготовлення виробів на замовлення. 3. Большой асортимент. 4. Висока якість продукції. 5. Прийнятні ціни. 6. Добре налагоджені зв'язки з підприємствами України. 7. Солідна база для розвитку виробництва. 8. Репутація у покупців.	1. Високий ступінь зносу устаткування. Слабка привабливість галузі. 2. Низька заробітна плата працівників. 3. Середній рівень надійності основних клієнтів. 4. Мала частка висококваліфікованих робітників. 5. Недостатньо ефективна робота відділу маркетингу. 6. Низька мотивація працівників.
Можливості (O)	Загрози (T)
1. Випуск нових видів продукції. 2. Впровадження нових, більш сучасних технологій. 3. Зростання числа кваліфікованих фахівців. 4. Збільшення числа потенційних споживачів. 5. Зростання обсягу продажів. 6. Зниження витрат. 7. Додаткові послуги.	1. Жорстокість конкуренції; 2. Поява іноземних конкурентів з товарами низької вартості. 3. Зміна переваг потенційних споживачів. 4. Надходження на ринок альтернативних товарів. 5. Підвищення вимог покупців до якості продукції.

Таблиця 2

Аналіз можливих стратегій для ТОВ НВФ «Металобудсервіс»

№	Параметри	Характеристики		
		1.1 Широкий	1.2 Вузкий	1.3 Середній
1	Асортимент	1.1 Широкий	1.2 Вузкий	1.3 Середній
2	Масштаб виробництва	2.1 Розширення	2.2 Скорочення	2.3 Збереження
3	Якість продукції	3.1 Лідерство в якості	3.2 Мінімальна якість	3.3 Середній по ринку
4	Структура ринку збуту	4.1 Багатосегментний	4.2 Домінантно-сегментний	4.3 Полісегментний
5	Ринкова експансія	5.1 Розширення охопленого сектора	5.2 Скорочення сектора ринку	5.3 Збереження охопленого сектора
6	Структура ринку постачальників	6.1 Багатосегментний ринок	6.2 Домінантно-сегментний ринок	6.3 Полісегментний ринок
7	Залучення зовнішніх фінансових ресурсів	7.1 Збільшення зовнішніх фінансових вкладень	7.2 Збереження залучених коштів на тому ж рівні	7.3 Зменшення залучених фінансових коштів
8	Ринкова конкуренція	8.1 Концентрація зусиль на завоювання споживачів	8.2 Концентрація зусиль на рекламі продукції	8.3 Концентрація зусиль на відносинах з конкурентами

**Напрямки діяльності ТОВ НВФ «Металобудсервіс»
для підвищення попиту на продукцію**

Напрямок діяльності	Заходи
I. Підвищити якість продукції: 1. Підвищення технічного рівня виробництва - впровадження передових технологій;	- модернізація встановленого раніше обладнання; - при необхідності придбання, монтаж, запуск в роботу нового обладнання.
2. Використання якісної сировини	- вхідний контроль якості сировини; - економічні заходи впливу на постачальників в залежності від якості поставленої сировини; - закупівля сировини високої якості у перевірених постачальників; - закупівля сировини безпосередньо у заводів-виготовлювачів, без посередників.
3. Проведення атестації якості продукції	- сертифікація продукції, що випускається; - перевірка відповідності якості продукції ДСТУ;
4. Зниження виробничого браку (дефектності продукції)	- строгий контроль за якістю праці (ввести персональну відповідальність за результати праці, а також систему штрафів); - контроль за дотриманням технологічної дисципліни в цехах і на ділянках; - оснащення робочих місць необхідними контрольно-вимірювальними приладами, інструментом, нормативно-технічною документацією; - вибірковий контроль продукції; - контроль за справністю і правильною наладкою обладнання.
5. Поліпшення технічних параметрів продукції, що випускається	- оптимізація асортиментного ряду (зняття з виробництва застарілої і неконкурентоспроможної продукції); - розробка макетів, промислових зразків сталевих контейнерних систем та їх серійне виробництво; - удосконалення існуючої продукції.
6. Забезпечення виробничого процесу працівниками необхідних професій і кваліфікацій	- прийом нових працівників на підприємство; - підвищення кваліфікації працівників; - перенавчання працівників.
II. Вдосконалення роботи зі споживачами: 1. Цінова політика	- розробка системи знижок для постійних споживачів; - розробка системи знижок за великі обсяги замовлення; - надання зручної системи оплати
2. Надання додаткових послуг	- Порізка металу - Гнучка листового металу - Вальцювання металу - Різка куточків, труб - складування і зберігання готової продукції; - відвантаження і доставка готової продукції споживачеві транспортом ТОВ НВФ «Металобудсервіс».
3. Підвищення ритмічності відвантаження продукції	- механізація процесів складування і відвантаження
4. Підвищення надійності поставок	- поставка продукції строго за встановленим графіком
III. Посилити маркетингову діяльність: 1. Проведення маркетингових досліджень	- вивчення купівельного попиту на продукцію підприємства; - контроль за кон'юнктурою цін на сировину на ринку.
2. Проведення активної рекламної компанії по просуванню товару на ринку	- провести презентацію продукції підприємства; - участь в ярмарках, оглядах-конкурсах продукції, що випускається підприємствами даної галузі.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета статті – узагальнення та характеристика системного аналізу машинобудівного підприємства та вирішення проблеми підвищення попиту на продукцію з метою більш ефективного функціонування самого підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Стратегічний аналіз розвитку на прикладі SWOT-моделі ТОВ НВФ «Металобудсервіс» представлено в таблиці 1.

Аналіз існуючої ситуації на підприємстві за допомогою SWOT-аналізу дозволяє визначити найбільш значиме завдання, яка полягає в поліпшенні асортиментної політики для підвищення попиту на продукцію та усунення загроз, які були позначені в квадранті «Загрози» вищезазначеної матриці.

Визначити шляхи розвитку та описати всі потенційно можливі вирішення цієї проблеми дозволяє метод морфологічного аналізу, який використовувався для виявлення можливих стратегій підприємства [3, с. 45]. За допомогою даного методу була побудована матриця можливих стратегій для підприємства. Ідея полягає у визначенні всіх можливих параметрів, від яких може залежати вирішення проблеми, (подання їх у вигляді матриць – рядків) та у визначенні в цій морфологічній матриці – «ящику» всіх можливих поєднань параметрів по одному з кожного рядка. Отримані варіанти рішень піддаються оцінці та аналізу з метою вибору найкращого. набір значень різних параметрів (по одному з кожного рядка) являє собою можливий варіант вирішення досліджуваної проблеми [2, с. 77-79]. «Морфологічний ящик» можливих стратегій ТОВ НВФ «Металобудсервіс» представлено в таблиці 2.

Стратегія, відповідна морфологічній ланцюжку Р 1.1 – Р 2.2. – Р3.3 – Р 4.2 – Р5.1 – Р 6.3 – Р 7.2 – Р 8.1 характеризує діючу стратегію підприємства.

В даний час основною метою для ТОВ НВФ «Металобудсервіс» є підвищення попиту на продукцію. Альтернативи подальшого розвитку підприємства для підвищення ефективності асортиментної політики:

1. Підвищити попит на продукцію, що випускається на існуючому ринку;

2. Підвищити попит на продукцію, що випускається з урахуванням виходу на новий ринок;

3. Підвищити попит на інноваційну продукцію з урахуванням виходу на новий ринок.

4. Випуск нової продукції.

Найбільш пріоритетним для ТОВ НВФ «Металобудсервіс» є альтернатива підвищення попиту на продукцію, що випускається на існуючому ринку, а також вихід на ринок з новою затребуваною і рентабельною продукцією. Для підвищення попиту на продукцію, що випускається підприємства були розроблені заходи, які представлені в таблиці 3.

ТОВ НВФ «Металобудсервіс» здійснює роботу по розробці нового більш затребуваного асортименту; контроль за якістю сировини і його використанням; контроль за ремонтом та утриманням технологічного обладнання; строго стежить за якістю продукції, що випускається; проводить роботу щодо підвищення кваліфікації та перенавчання працівників підприємства.

Висновки з цього дослідження. Проблема аналізу асортиментної політики має суттєву актуальність для сучасних підприємств так як результати такого аналізу можуть мати вплив на подальший розвиток товарного портфелю підприємства, а також зміну загальної ефективності функціонування підприємства в розрізі реалізації продукції. За допомогою якого можливо виявити сильні та слабкі сторони товарного асортименту підприємства, потенційні можливості для розвитку та розширення, визначення потенційних загроз. З метою підвищення попиту на промислову продукцію досліджуваного машинобудівного підприємства був проведений SWOT-аналіз, при якому були визначені основні загрози підприємства та побудовані шляхи вирішення цих проблем. Проведено морфологічний аналіз можливих стратегій розвитку ТОВ НВФ «Металобудсервіс», здійснений вибір найкращої альтернативи для підвищення ефективності асортиментної політики, та, в свою чергу, підвищення попиту на продукцію, що випускається на існуючому ринку, а також вихід на ринок з новою затребуваною і рентабельною продукцією. Запропоновано напрямки діяльності, перелік заходів та відповідальні особи та відділи за виконання заходів з підвищення попиту на продукцію, що випускається підприємством.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Вертакова Ю.В. Управлінські рішення: розробка і вибір: навчальний посібник / Вертакова Ю.В., Козьєва І.А., Кузьбожев Е.Н. – М.: КНОРУС. 2005. 352 с.
2. Кузьбожев Е.Н., Сухорукова О.А., Клевцова М.Г., Бабич Т.М. Застосування морфологічного аналізу для розвитку регіональних досліджень. // Економічний аналіз: теорія і практика. 2007. № 10.
3. Вертакова Ю.В. Методичні аспекти формування системи збалансованих показників організації / Ю.В. Вертакова, О.А. Крижанівська, О.Ю. Храпова // Известия Південно-Західного державного університету. 2012. № 3-2 (42). С. 92а-103.

REFERENCES:

1. Vertakova Yu.V. Management decisions: development and selection: a manual / Vergakova Yu.V., Kozyeva I.A., Kuzbozhev E.N. – M.: KNORUS. 2005. 352 s.
2. Kuzbozhev EI, Sukhorukova OA, Klevtsova MG, Babich T.M. Application of morphological analysis for the development of regional studies. // Economic Analysis: Theory and Practice. 2007. No. 10.
3. Vertakova Yu.V. Methodological aspects of the formation of a system of balanced indicators of the organization / Yu.V. Vertakova, O.A. Kryzhanivska, O.Yu. Khrapova // Izvestiya of the Southwestern State University. 2012. No. 3-2 (42). P. 92a-103.