

возможны только два варианта: 3)  $I < 0$ ;  $I_{\delta/p} > 0$ ; 4)  $I < 0$ ;  $I_{\delta/p} < 0$ . Вариант 3 означает, что имеет место напряженность, а вариант 4 указывает на присутствие риска.

По результатам расчетов индикаторов для исследуемых предприятий можно сказать, что предприятия №1,2 находятся в зоне риска, предприятие №3 имеет финансовую напряженность, из которой возможен выход, а предприятие №4 характеризуется суперустойчивым финансовым состоянием.

Основным достоинством предлагаемой методики является комплексный подход к оценке финансового состояния предприятия, включающий в себя расчет и анализ индикаторов финансовой устойчивости, платежеспособности и безопасности (риска), а также анализ взаимосвязи этих показателей.

1. Абрютин М.С. Экономический анализ торговой деятельности: Уч. пособие. – М.: Дело и сервис, 2000. – 512 с.

2. Ковалев В.В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности. – М.: Финансы и статистика, 1995. – 432 с.

3. Финансовый менеджмент: Учебник для вузов / Г.Б.Поляк, И.А.Акодис, Т.А.Краева и др.; Под ред. проф. Г.Б.Поляка. – М.: Финансы, ЮНИТИ, 1997. – 518 с.

4. Финансы: Уч. пособие / Под ред. проф. А.М.Ковалевой. – М.: Финансы и статистика, 1997. – 336 с.

5. Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С. Методика финансового анализа. – М.: ИНФРА-М, 1995. – 176 с.

6. Финансовый менеджмент: теория и практика: Учебник / Под ред. Е.С.Стояновой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Перспектива, 1997. – 574 с.

Получено 28.09.2001

УДК 658.56 : 658.8

В.І.МЕЛЬНИК

Харківський державний економічний університет

## **ВИЗНАЧЕННЯ ПЕРСПЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЧОЇ ПРОГРАМИ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Розглядається методика визначення ефективності товарної політики промислового підприємства. Запропоновано новий підхід до формування перспективної виробничої програми підприємства.

Ринковий успіх в сучасних умовах є головним критерієм оцінки діяльності вітчизняних підприємств, а їх ринкові можливості визначаються правильно розробленою товарною політикою.

Розробка і здійснення товарної політики потребує дотримання щонайменше таких умов: чіткого уявлення про цілі виробництва, збу-

ту та експорту на перспективу, наявність стратегії виробничо-збутової діяльності підприємства; доброго знання ринку й характеру його вимог; виразного усвідомлення своїх можливостей і ресурсів (дослідницькі, науково-технічні, виробничі, збутові) у даний час і на перспективу.

До вирішення завдань товарної політики на будь-якому господарському рівні необхідний стратегічний підхід. Це означає, що будь-яке рішення в цій галузі повинно прийматися не тільки з точки зору поточних інтересів, але й з урахуванням того, як воно працює на кінцеву мету. Такий підхід потребує концентрації зусиль на вирішальних напрямках.

Стратегія – це довгостроковий курс товарної політики, яку розраховано на перспективу і яка передбачає вирішення принципових завдань. Розроблена для використання протягом того або іншого періоду (3-5 років чи більше) товарна стратегія в цілому протягом певного часу залишається, як правило, практично незмінною.

Реалізація розробленої стратегії передбачає формування перспективної виробничої програми підприємства на підставі розрахованої товарної політики з урахуванням його роботи в умовах вільної конкуренції. З цією метою необхідно проаналізувати повний перелік продукції, що виробляється, включаючи перспективні вироби, за їх техніко-економічними показниками, що були взяті на період проведення досліджень. Промисловим підприємствам пропонується здійснювати аналіз повної номенклатури виробів на основі порівняння економічних вигод від виробництва окремих видів продукції з реальними труднощами її виготовлення.

Найбільш перспективними виробами для підприємства будуть ті, в яких: 1) існує резерв виробничої потужності з їх випуску (за умови сприятливої кон'юнктури ринку без додаткових капітальних вкладень), тобто річна виробнича програма виробу ( $N$ ) нижче річної виробничої потужності з випуску виробів ( $N^{\max}$ ), або  $N < N^{\max}$ ; 2) одержано сертифікат якості; 3) рентабельність виробництва ( $R$ ) відносно висока, тобто  $R \rightarrow \max$  або  $R \geq R_{\text{заг}}$ , де  $R_{\text{заг}}$  – загальна рентабельність виробництва на підприємстві (в базисному році).

Як свідчить аналіз, проведений на промислових підприємствах Харківського регіону, економічна ефективність товарної політики підприємства визначається цілим комплексом оцінок, що характеризують різні аспекти його діяльності. Доцільно поділити загальну сукупність показників на три основні групи: 1) узагальнюючі показники ефективності всієї виробничо-комерційної діяльності; 2) показники викорис-

тання основних видів ресурсів; 3) показники ефективності окремих елементів товарної політики.

Перші дві групи показників практично не є новою ланкою аналізу результативності виробничо-господарської діяльності підприємства. Принципово новою для вітчизняних підприємств є третя група показників. У процесі розробки стратегії і тактики управління основні елементи товарної політики слід розглядати в такому порядку:

1. Ринкова кон'юнктура, що дозволяє співвідносити поточну місткість ринку конкретного товару ( $M_p^{nom}$ ) з поточною виробничою

потужністю підприємства ( $N_{max}^{nom}$ ) по випуску цього товару, оцінити перспективну місткість ринків щодо перспективної виробничої потужності підприємства і зробити висновок про доцільність появи на ринку товару, що розглядається.

2. Конкурентоспроможність, що дає можливість оцінки споживчої цінності виробу (конкурентоспроможності для споживача –  $K_{\Sigma}^c$ ) по відношенню до організаційно-економічної вигоди виробництва цього виробу (конкурентоспроможності для виробника –  $K_{\Sigma}^e$ ) і рівня узгодження інтересів споживачів і виробників ( $K_{\Sigma}^{y32}$ ). Прогнозування зміни цих процесів дозволяє оцінити перспективну конкурентоспроможність розглядуваної продукції.

3. Цінові (економічні) фактори в цьому випадку концентруються на прибутковості даного виробу ( $\Pi$ ), його рентабельності ( $R$ ) та співвідношенні її з розрахунковою рентабельністю виробництва на підприємстві ( $R_{розр}$ ), оборотності оборотних коштів підприємства, які вкладено у виробництво даного товару ( $K_{об}$ ), питомої прибутковості власної трудомісткості ( $\Pi/T$ ). Розгляд цих показників у перспективі дозволяє оцінити економічні результати проведення організаційно-технічних заходів на підприємстві.

4. Капітальні вкладення (інвестиції) ( $K_{вкл}$ ) є значним гальмом для вітчизняних підприємств на шляху до розвитку реально конкурентоспроможної продукції. Відсутність вільних коштів у підприємств та існуюча система отримання кредитів створюють серйозні обмеження, що необхідно враховувати при розробці товарної політики.

5. Сервіс та сервісне обслуговування є додатковим і важливим елементом конкурентоспроможного товару підприємства. Воно вимагає, окрім додаткових поточних витрат та інвестицій, високої культури

і чіткої ритмічності виконання відповідних робіт. Розвиток цієї сфери послуг для підприємства повинен супроводжуватися якомога меншими витратами, що відображено у системі нормативів  $B_{зар}$  і  $B_{n/зар}$ , які мінімізуються і повинні мати тенденцію до зниження в часі.

6. Система формування попиту та стимулювання збуту залежно від рівня її розвитку потребує додаткових витрат матеріальних, трудових і фінансових ресурсів. Ефективність її здійснення позначається передусім на зростанні обсягів продукції, що реалізується ( $\Delta Q_p$ ), на зростанні прибутку від її реалізації ( $\Delta \Pi_p$ ) при відносному зниженні витрат на її здійснення ( $B_\phi$ ).

Усі елементи товарної політики, окремі показники і критерії розглядаються у двох періодах: поточному й перспективному. Якщо показники конкретного виробу відповідають критеріям ефективності тільки в поточному періоді і повністю не співвідносяться з умовами перспективності, то це ще не означає, що виріб треба терміново зняти з виробництва. Ця ситуація вимагає ретельного аналізу економічної вигоди виробництва цієї продукції сьогодні та причин її неперспективності в майбутньому.

1. Маркетинг / Под ред. А.Н.Романова. – М.: Банки и биржи, 1996. – 558 с.

2. Петрович Й. М. Економіка виробничого підприємства. – Львів: Оскарт, 1996. – 405 с.

3. Экономическая стратегия фирмы / Под ред. А.П.Градова. – СПб.: Специальная литература, 1995. – 411 с.

Отримано 24.09.2001

УДК 658.012.33

Т.А.ИСТОМИНА

Харьковский государственный экономический университет

## **ПРОБЛЕМЫ ВЫХОДА ПРЕДПРИЯТИЙ ИЗ КРИЗИСНЫХ СИТУАЦИЙ**

Рассматриваются определения кризисной ситуации предприятия, предлагается новый подход к их классификации и определению.

В условиях планово-административной экономики кризисная ситуация характеризовалась только как возможное состояние между фазами жизненного цикла предприятия, без учета влияния внешних воздействий. В рыночной экономике кризисные ситуации предприятия возникают неизбежно, поэтому их необходимо рассматривать с учетом воздействия на развитие предприятия факторов постоянно изменяющейся внешней среды.