

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра економіки та планування бізнесу

«Допущено до захисту»
Завідувач кафедри
_____ М. Д. Балджи
“ ____ ” _____ 2016 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 8.03050401 «Економіка підприємства (за видами економічної діяльності)» за магістерською програмою професійного спрямування «Економіка, планування та управління бізнесом»

на тему:
«Економічне обґрунтування шляхів просування продукції легкої промисловості (на прикладі ТОВ «Солі»)»

Виконавець
студентка VI курсу ФЕУП
Якухіна У. О.

/підпис/

Науковий керівник
д.е.н., професор
Ковальов А. І.

/підпис/

ЗМІСТ

| | |
|---|-----------|
| ВСТУП..... | 3 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ ПРИ ЗМІНІ СТРУКТУРИ ПІДПРИЄМСТВА..... | 7 |
| 1.1. Реструктуризація як основа до проведення перетворень у просуванні товарів..... | 7 |
| 1.2. Види та форми реструктуризації підприємств | 14 |
| 1.3. Методи та етапи проведення реструктуризації підприємства... | 22 |
| РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ «Солі»..... | 33 |
| 2.1. Загальна характеристика підприємства..... | 33 |
| 2.2. Аналіз господарської діяльності ТОВ «Солі»..... | 39 |
| 2.3. Оцінка фінансового стану ТОВ «Солі»..... | 54 |
| РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ ШЛЯХІВ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ ТОВ «СОЛІ»..... | 66 |
| 3.1. Проблеми забезпечення ефективного розвитку легкої промисловості в державі..... | 66 |
| 3.2 . Визначення пріоритетних напрямків розвитку ТОВ «Солі».... | 73 |
| 3.3. Економічне обґрунтування ефективності запропонованих заходів..... | 76 |
| ВИСНОВКИ..... | 87 |
| Список використаних джерел..... | 90 |
| Додатки..... | 96 |

ВСТУП

Актуальність теми дипломної роботи. Легка промисловість – це сукупність багатьох спеціалізованих галузей промисловості, що виробляють непродовольчі товари, котрі йдуть в першу чергу на задоволення різних потреб населення: одяг, тканини, взуття та ін. По-друге вона забезпечує інші галузі промисловості даючи їм сировину та допоміжні матеріали для повноцінної реалізації своєї діяльності. Тому українська легка промисловість сьогодні є потужним багатогалузевим комплексом з виробництва товарів народного споживання, у який входять 4,5 тис. підприємств, що забезпечують близько 150 тис. робочих місць.

За рівнем споживання легка промисловість поступається лише галузі харчування, тому необхідною умовою соціально-економічного прогресу є ефективне просування продукції до кінцевого споживача, в змінних умовах що диктує ринок.

Взагалі у теперішній час спостерігається зниження попиту на продукцію українського виробництва. При цьому вітчизняна продукція по своїм показникам часто досить конкурентоздатна на ринку і володіє широким спектром конкурентних переваг. Причина падіння попиту на продукцію українського виробництва полягає не стільки в розірваних економічних зв'язках, пов'язаних з відсутністю гарантованих ринків збуту, скільки в неспроможності українських підприємств ефективно просувати свою продукцію, створюючи і завойовуючи при цьому нові ринки збуту та відновлюючи старі. Істотна роль в подоланні ситуації, що склалася, повинна відводитися механізму просування продукції на ринок.

Для того, щоб здійснювати ефективно просування продукції, потрібно звернути увагу, що цей процес дуже багатогранний. Він охоплює певні етапи діяльності та залежить від багатьох структур підприємства. Саме тому його визначають як сукупність самих різних мір, зусиль, дій, що вживаються

виробниками, продавцями товару, посередниками з метою підвищення попиту, збільшення збуту, розширення ринкового поля товару.

Одним із напрямів підвищення ефективності просування продукції підприємств легкої промисловості визначаються зміни в виробничих, маркетингових структурах підприємств-виробників. Саме такий процес реструктуризації в подальшому сприяє оптимізації збалансування виробничої та збутової діяльності підприємств.

Актуальність досліджуваної теми обумовлена тим, що саме у легкій промисловості процес просування особливо широкий, це пояснюється тим що ця галузь є більш близькою до контакту з людьми, вона задовольняє саме їх потреби, котрі змінюються в сучасних умовах дуже швидко. Саме така змінність потреб споживачів та невизначеність середовища підприємства супроводжуються низкою проблем, що створюють передумови для пошуку підходів до переорієнтації виробничо-управлінської системи підприємств відповідно до поставлених цілей. У зв'язку із цим виникає потреба в реструктуризаційних процесах. Тому реструктуризація повинна бути інтегрована в загальну стратегію просування продукції підприємства.

Вітчизняні і зарубіжні науковці такі як: Петросян А. Д., Попов Е. В., Котлер Ф., А. Балабаниць, Коноплицький В. А. у своїх роботах розкривають поняття і потреби програми просування товарів на ринок. Вагомий вклад у формування теоретичних і прикладних засад реструктуризації внесли такі українські науковці, як М. Аїстова, М. Архипчук, Т. Хокканен, Л. Гріценко, А. Ковальов, І. Височин, О. Рудковська, І. Лепьохіна, О. Паровий, А. Афонін, А. Шумілова. У працях висвітлено погляди авторів на сутність реструктуризації, запропоновано різні підходи до класифікації її етапів, видів, способів реалізації, розкрито теоретичні та методичні основи управління реструктуризаційним процесом. Водночас, у науковій літературі, незважаючи на велику кількість фундаментальних праць із даної тематики, є розбіжності щодо трактування як суті реструктуризації, так і суті просування. Подальшого теоретичного осмислення потребують

реструктуризаційні заходи, диференційовані залежно від мети, в нашому випадку мета – просування.

Метою дипломної роботи є дослідження теоретичних та практичних аспектів ефективності просування продукції легкої промисловості при структурних змінах на підприємстві.

Мета дослідження зумовила вирішення наступних завдань:

- розглянути теоретичні аспекти таких ключових категорій як: просування та реструктуризація;
- проаналізувати господарську діяльність підприємства легкої промисловості ТОВ «Солі»;
- оцінити фінансовий стан підприємства-виробника панчішно-шкарпеткової продукції;
- визначити проблеми розвитку легкої промисловості в державі;
- запропонувати напрями подальшого розвитку виробничого підприємства ТОВ «Солі»;
- проаналізувати ефективність запропонованих заходів.

Об'єктом дослідження виступає господарська діяльність підприємства легкої промисловості ТОВ «Солі».

Предметом дослідження є теоретичні, методичні, практичні питання ефективності господарської діяльності та просування продукції ТОВ «Солі».

Методи дослідження. У роботі використано такі методи досліджень: економіко-статистичний, порівняльний аналіз, монографічний, балансовий, нормативний, логічний, аналіз і синтез та інші.

Інформаційна база дослідження. У якості інформаційної бази дослідження виступають нормативно-правові акти з питань галузі легкої промисловості, дані фінансової звітності ТОВ «Солі», інформація з Інтернет – видань, праці іноземних та вітчизняних науковців.

Публікації. За результатами проведеного дослідження підготовлена стаття на тему «Сучасні методи просування продукції легкої промисловості»,

яка була опублікована у виданні «Науковий студентський вісник» факультету економіки та управління підприємництвом, № 25, 2016 р.

ВИСНОВКИ

На основі висвітлених теоретичних аспектів просування в умовах реструктуризаційних процесів на підприємстві та практичних досліджень діяльності підприємства легкої промисловості ТОВ «Солі», можна сформулювати наступні висновки.

1. Для того, щоб здійснювати ефективне просування продукції, потрібно звернути увагу, що цей процес дуже багатогранний. Він охоплює певні етапи діяльності та залежить від багатьох структур підприємства. Просування – це не тільки форма дій, що використовуються підприємством для інформування нагадування і переконання потенційних покупців про свої товари або послуги, також це сукупність самих різних мір з метою підвищення попиту, збільшення збуту, розширення ринкового поля товару.

Одним із напрямів підвищення ефективності просування продукції підприємств легкої промисловості визначаються зміни в виробничих, маркетингових структурах підприємств-виробників. Саме такий процес реструктуризації в подальшому сприяє оптимізації збалансування виробничої та збутової діяльності підприємств. Реструктуризація – це цілеспрямований комплекс змін в організаційно-функціональній структурі підприємства, що здатні підвищити ефективність його діяльності в усіх сферах.

2. Товариство з обмеженою відповідальністю «Солі» - було засноване у 1998 році, та розташоване за адресою м.Одеса, вул. Дальницька, 25, у Малиновському районі. Володіє загальною площею обсягом 1120 м². Основними видами діяльності підприємства є: виробництво та оптова торгівля жіночими панчішно-шкарпетковими виробами, а саме: колготки, шкарпетки, напівпанчохи.

3. За результатами господарської діяльності можна сказати, що на протязі трьох аналізованих років з 2013 по 2015 рік, ТОВ «Солі» отримувало прибуток. Це є дуже позитивним фактором для подальшого розвитку підприємства.

4. Аналіз фінансового стану «Солі» показав, що підприємство є відносно ліквідним, фінансово стійким, є платоспроможним, володіє середньою діловою

активністю, а також структура активів і пасивів в принципі є гармонійною, тому все одно необхідно більш ефективним способом використовувати джерела фінансування та оптимізувати прибутковість ТОВ «Солі». У структурі витрат підприємство найбільшу частку займають витрати на оплату праці, операційні витрати зростають, а в 2015 році вони максимальні у порівнянні з попередніми роками, це говорить про те, що підприємство повинно звернути уваги саме на розподілення своїх витрат. Власний капітал підприємства є, з кожним роком зростає, але дивлячись на розраховані коефіцієнти, його все одно недостатньо для того щоб погашати свої зобов'язання.

5. В роботі вказані причини, що стримують подальший ефективний розвиток легкої промисловості, а саме панчішно-шкарпеткової галузі:

- заповнення внутрішнього ринку імпортними товарами, у тому числі із заниженою митною вартістю;

- відсутність ефективного власника, який інвестує капітал для довгострокового функціонування підприємства й випуску продукції, а не для його перепродажу, перепрофілювання або повної ліквідації;

- відсутність сприятливих умов для закупівлі технологічного устаткування, яке не виробляється в Україні;

- розформування трикотажних підприємств на дрібні виробництва, що переходять на єдиний податок або в тіньове виробництво.

6. Запропонований комплекс заходів щодо підвищення просування продукції, а саме: створення свого інтренет-сайту, реєстрування торгової марки, співробітництво з новою торгівельною мережею та розширення асортименту, будуть проходити під прапором адаптивної реструктуризації. Яка являє собою ряд м'яких, що щадять, коректувань поточної діяльності підприємства відповідно до змінних вимог ринку. У системі виробництва та просування продукції, реструктуризація була проведена по таким формам: виробнича, маркетингова, диверсифікаційна. Тому що на даному етапі розвитку ТОВ «Солі» дуже важливим є швидко реагувати на запити і нові можливості ринку. На основі цього і були проведені зміни на підприємстві.

7. Після впровадження запропонованих заходів просування продукції можна зробити висновок, що чистий дохід від реалізації продукції, навіть при незмінних цінах 2015 року, у 2016 році складе 10017,2 тис. грн. Що говорить про ріст на фоні показників минулих років, у 2013 цей показник дорівнював 3333,2 тис. грн., а у 2014 та 2015 – 4984,3 тис. грн., 6230 тис. грн. відповідно

Побудована лінія тренду свідчить про те, що у наступні три роки чистий дохід від реалізації, має тенденцію до збільшення. Значення величини достовірності апроксимації R^2 наближається до 1 та складає 0,935, це свідчить про те, лінія тренду достатньо точно описує варіацію даних, що означає, що при збереженні існуючих тенденцій чистий дохід у 2017 році складе 11461,7 тис. грн., а у 2018 – 13590,7 тис. грн відповідно.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Петросян, А. Д. Методы продвижения продукции в системе маркетинга промышленных корпораций [Текст] / А. Д. Петросян, Е. В. Попов // Аудит и финансовый анализ - 2009 - №6 - С. 1-2
2. Котлер, Ф. Основы маркетинга [Текст]/ Ф. Котлер, Г. Армстронг., Д. Сондерс., В. Вонг. - М. : Прогресс, 2010. - 865 с.
3. Попов Е. В. Продвижение товаров и услуг / Е. В. Попов. – М. : Финансы и статистика, 2005
4. Коноплицкий В.А., Филина А.И. Маркетинг, рынок, финансы: Терминологический справочник. – К.: Имэкс, 1992. – 184 с.
5. Лепьохіна І. О. Сутність та зміст реструктуризації підприємства / І. О. Лепохіна // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2006. - № 3. - С. 170-175
6. Фактори, що впливають на комплекс просування (огляд літератури) [Електронний ресурс]/ Режим доступу : <http://ukrlib.net>.
7. Хокканен Т. Практический опыт реструктуризации российских предприятий // Проблемы теории и практики управления. – 1998. – №6. – С. 96-102.
8. Аистова М.Д. Реструктуризация предприятий: вопросы управления. Стратегии, координация структурных параметров, снижение сопротивления преобразованиям. – М.: Альпина Паблишер, 2002. – 287 с.
9. Мендрул О.Г., Калениченко Л.Ф. Управління активами підприємства в процесі реструктуризації // Державний інформаційний бюлетень про приватизацію. – 2000. – № 6. – С. 75-77.
10. Отенко И.П. Организационно-экономический механизм реструктуризации предприятия. Научное издание / И.П. Отенко, Н.А. Москаленко. – Харьков: Изд. ХНЭУ, 2005. – 216 с.
11. Примак, Т. О. Маркетингові комунікації на сучасному ринку : навч. посіб. [Текст]/ Т. О. Примак - К. : МАУП, 2013. - 268 с.

12. Леміш К. М. Основи формування механізму реструктуризації промислових підприємств / К. М. Леміш // Економіка і регіон. – 2010. – № 25 (спец.вип. 2). – С. 111-115.
13. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф Котлер, К. Л. Келлер – СПб.: Питер. 2006, – 578 с.
14. Іщенко Н. М. Маркетинг транспортних послуг / Н. М. Іщенко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://lib.chdu.edu.ua>
15. Меджибовская Н. С. Электронный бизнес: компендиум и практикум: учебное пособие / Н. С. Меджибовская. - Одесса: ВМВ, 2013. - 200 с.
16. Баранчикова А. Повышение эффективности работы сети распределения // Логистик & система. – 2005. – №4. – 34 с.
17. Терещенко О.О. Управління фінансовою санацією підприємств: Підручник / О.О.Терещенко. – Вид. 2-ге, без змін. – К. : КНЕУ, 2009. – 552 с.
18. Гриценко Л. Л. Підходи до класифікації форм і видів реструктуризації підприємств / Л. Л. Гриценко, О. В. Ісаєва // Актуальні проблеми економіки. – 2011. - №4 (118). – С. 111-116.
19. Ковальов А. І. Організація та управління реструктуризацією підприємств промисловості: [навч. посіб.] / А. І. Ковальов. – Одеса: Пальміра, 2008. – С. 316
20. Вятрович О. Реструктуризація як важливий спосіб забезпечення життєдіяльності підприємства / О. Вятрович // Економіст. – 2011. – № 7. – С. 40-42.
21. Височин І. В. Реструктуризація підприємства як економічна категорія / І. В. Височин // Наукові праці ДонТУ. Серія: економічна. – 2004. – Вип. 75. – С. 160-165.
22. Костецький В. Формування стратегії антикризового управління підприємством / В. Костецький // Економічний аналіз. – 2011. – Випуск 6. Частина 2. – С. 208-211.

23. Колосов А. Н. Адаптивная организация деятельности предприятия : [монография] / А. Н. Колосов. – Луганск : ВНУ им. В. Даля, 2008. – 440 с.

24. Назарова Г. В. Управління розвитком діяльності промислових підприємств : [монографія] / Г. В. Назарова, О. В. Іванісов, О. Ф. Доровської. – К. : Кондор, 2006. – 462 с.

25. Рудковська О. Л. Реструктуризація підприємства як один із шляхів виходу з кризового стану / О. Л. Рудковська // Вісник Вінницького політехнічного інституту. – 2012. - № 4. – С. 62-65.

26. Геєць В. М. Перехідна економіка : підручник / В. М. Геєць. – К. : Вища школа, 2003. – 591 с.

27. Прушківський В. Г. Моделі процесів реструктуризації промислових підприємств регіону / В. Г. Прушківський // Інвестиції: практика та досвід. – 2008. - № 3. С. 29-33.

28. Шумілова А. С. Основи проведення поетапної реструктуризації підприємства / А. С. Шумілова. // Науковий вісник: Всеукраїнська асоціація молодих науковців. – Одеса.: ОДЕУ. – 2005. – №5 (17). – С.47-55.

29. Ковальов А. І. Підходи й напрямки проведення реструктуризації промислових підприємств Науковий вісник: Всеукраїнська асоціація молодих науковців / А. І. Ковальов, А. С. Дунаєвська. – Одеса.: ОДЕУ. – 2006. – № 8 (28). – С. 3-11.

30. Слободчикова О. А. Концептуальні вимоги до моделей реструктуризації металургійних підприємств / О. А. Слободчикова // Ефективна економіка ресурсів Електронний ресурс. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua>

31. Гриньова В. М. Процес підготовки реструктуризації підприємств машинобудування: організація управління : монографія / В. М. Гриньова, М. В. Новікова. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2010. – С. 240

32. Гриценко Н. В. Світовий досвід реструктуризації підприємств / Н. В. Гриценко // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 6 (72). – С. 67–72.
33. Двірко Ю. В. Методичні аспекти застосування бенчмаркінгу в діяльності торгівельних підприємств споживчої кооперації / Ю. В. Двірко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2013. - № 1. – С. 112-119.
34. Дідух О. В. Визначення основних переваг та недоліків використання аутсорсингу у господарській діяльності підприємств / О. В. Дідух // Інноваційна економіка. – 2013. - № 3. С. 128-132.
35. Микало О. І. Підходи до визначення терміна аутсорсинг /О. І. Микало// Економічний вісник НТУУ «КПІ». Київ. 2010р.
36. Івахів Ю. Метод ABC-аналізу: доцільність застосування / Ю. Івахів, І. Спільник // Економічний аналіз. – 2008. – Вип. 3 (19). – С. 170-172.
37. Афонін А. Технологія реструктуризації підприємства / А.С. Афонін, В.П. Нестерчук. – К. : Вид-во Європ. ін-ту фінансів, інформ. систем, менеджм. і бізнесу. – 2000. – 72 с.
38. Податковий кодекс України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
39. Річний звіт підприємства ТОВ «Солі» за 2013 рік.
40. Річний звіт підприємства ТОВ «Солі» за 2014 рік.
41. Річний звіт підприємства ТОВ «Солі» за 2015 рік.
42. Звіти про виробництво та реалізацію промислової продукції за 2013-2015 рік
43. Фінансовий стан підприємства: показники ліквідності. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://fin-admin.com>.
44. Аналіз фінансового стану підприємства: показники фінансової стійкості. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://fin-admin.com>
45. Показники ділової активності підприємства. [Електронний ресурс] // Інтернет-ресурс для бухгалтерів. – Режим доступу: <http://buklib.net/>.

46. Фінансовий аналіз звітності: показники рентабельності. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.audit-it.ru>.

47. Аналіз ліквідності балансу підприємства. [Електронний ресурс] // Школа фінансового аналізу. – Режим доступу: <http://beintrend.ru>.

48. Легка промисловість України: реалії та перспективи розвитку. Експертно-аналітична доповідь/ Колектив авторів під науковою редакцією д.е.н., професора, член-кор. НАПН України І. М. Грищенка. – К.: КНУТД, 2015. – 82 с.

49. Легка промисловість України: стан, проблеми, перспективи економічного розвитку / За ред. професора, члена-кореспондента Академії педагогічних наук України Волкова О.І. та професора, академіка Академії економічних наук України Ю.В. Гончарова – К.: Київський національний університет технологій та дизайну, 2009. – 446 с.

50. Державний комітет статистики [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

51. Байдалюк Н. В. Становлення ринку Інтернет-реклами [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua>

52. Евсеев А. Стратегии реструктуризации предприятий в условиях кризисной ситуации [Електронний ресурс] / А. Евсеев. – Режим доступу: <http://www.masters.donntu.edu.ua/2002>.

53. Литовченко І.Л., Пилипчук В.П. Інтернет маркетинг: Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 184 с.

54. Реєстрація торговельних марок. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.romanenko.biz/ua>

55. Ковалев А.И. Реструктуризация предприятий: проблемы, опыт, решения: монография. – Одесса: Пальмира, 2008. – 218 с.

56. Проблеми кон'юнктурних досліджень ринків товарів та послуг в Україні: монографія / Під ред. А. І. Ковальова. – Одеса: Атлант, 2010. – 266 с.

57. Осипов В. І. Економіка підприємства: [Підручник]. / Осипов В. І. – Одеса: Маяк, 2005. – 720с.

58. Визначення стратегій стимулювання збуту продукції різними учасниками каналів збуту.[Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://msd.in.ua>

59. Карпов В.А., Маркітан О.С., Горбаченко С.А., Піскун А.В. Планування ділового розвитку фірми: навч. посіб. – Одеса: «Астропринт», 2013. – 416 с.

60. Ковалев А.И., Синятинский С.А, Марчук Л.И., Осипова М.М., Каражия Э.А. Путеводитель начинающего предпринимателя. – Одесса: Атлант, 2013. – 100 с.

61. Смоленюк П.С. Підвищення якості продукції – основна умова забезпечення її конкурентоспроможності / П. С. Смоленюк // Іноваційна економіка – 5'2012 — № 31. — С. 64-67

62. Гроші – не за гарні очі, або навщо потрібна реструктуризація. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://gazeta.dt.ua>