

Секція: Економіка підприємства

Маврідю В.Ю.

викладач кафедри економіки та маркетингу

Харківського національного економічного університету

м. Харків, Україна

АНАЛІЗ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Наявність потреби у розвитку підприємств легкої промисловості України зумовлено важливістю продукції цієї галузі для задоволення первинних потреб вітчизняних споживачів, з одного боку, та показниками діяльності промислових підприємств за останні роки, з іншого.

За даними Державного комітету статистики України, частка легкої промисловості у загальному обсязі промислового виробництва з кожним роком має тенденцію зниження. Так, якщо у 2001 р. частка легкої промисловості у складі обсягів реалізації промислової продукції складала 1,4 %, то за результатами 2010 р. цей показник знизився до 0,7 % [1].

Цей факт дає змогу стверджувати, що проблема розвитку вітчизняних підприємств легкої промисловості є актуальною, і необхідність її рішення має першорядне значення для розвитку економіки України.

Потенціал підприємств легкої промисловості дає можливість виробляти широкий спектр товарів, які здатні задовольнити весь попит внутрішнього ринку. Серед них – тканини усіх видів, швейний, трикотажний одяг, взуття, шкіргалантерея та шкіряні товари, фурнітура, порцеляновий посуд та ін.

Для з'ясування причин незадовільного стану легкої промисловості України пропонується провести аналіз досліджуваної галузі на рівні підприємств, які виробляють промислову продукцію. Для аналізу були обрані десять підприємств, які є типовими представниками галузі легкої промисловості. На цих підприємствах були зібрані дані фінансової звітності за 2009-2010 роки з метою оцінки їх стану на ринку.

Для визначення позиції кожного з підприємств на ринку легкої промисловості доцільно згрупувати обрані підприємства за критерієм показників, які характеризують їх виробничо-господарську діяльність за допомогою багатовимірного статистичного аналізу – кластерного аналізу. Різні застосування кластерного аналізу зводяться до чотирьох основних задач: розробки типології чи класифікації; дослідження корисних концептуальних схем групування об'єктів; породження гіпотез на основі дослідження даних; перевірки гіпотез або дослідження для визначення, чи дійсно типи (групи), виділені тим або іншим способом, присутні в наявних даних [2].

Принцип Уорда (Ward) слід вважати найкращим принципом відстані між кластерами, згідно з яким два кластери будуть найближчими, якщо в разі їх об'єднання мінімізується приріст загальної дисперсії. Цільова функція подається як середньогрупова сума квадратів чи сума квадратів відхилень (СКВ).

Спочатку, коли кожен кластер складається з одного об'єкта, СКВ дорівнює 0. За методом Уорда об'єднуються ті групи чи об'єкти, для яких СКВ отримує мінімальний приріст. Необхідно вважати це перевагою використання методу Уорда для класифікації об'єктів у вимірюванні величини його ознак [3].

У результаті кластерної оцінки було виокремлено п'ять груп підприємств (рис.1).

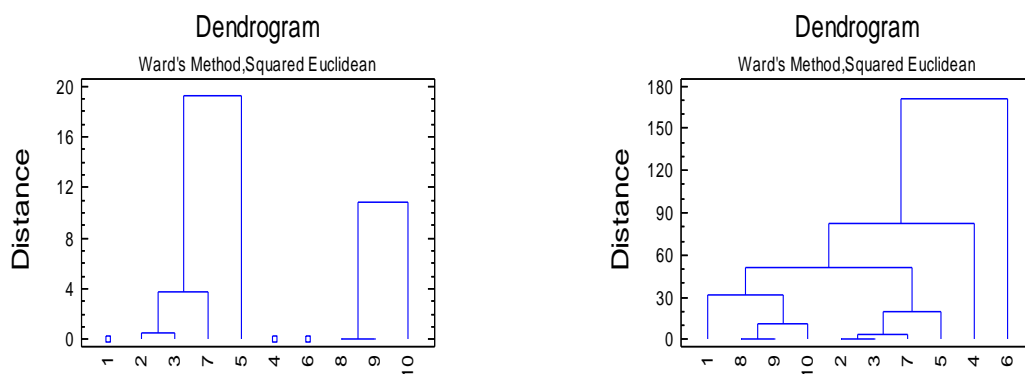


Рис. 1. Дендрограма промислових підприємств за критерієм фінансових показників

До першого кластеру увійшло підприємство ВАТ "Трембіта", яке у 2020 році має тенденції до зниження обсягів виробництва продукції порівняно з 2009 роком, про що свідчить зменшення обсягів собівартості, чистого доходу та прибутку порівняно з 2009 роком.

До другої групи підприємств увійшли наступні: ВАТ "Тульчинська швейна фабрика", ВАТ "Хмільницька швейна фабрика "Лілея", ВАТ "Хутрофірма "Тисмениця", ЗАТ "Виробничо-торгова швейна фірма "Дана".

Підприємства, що були виділені, у другу групу характеризуються негативними показниками чистого прибутку у 2009 році, а у 2010 році на підприємствах ВАТ "Хутрофірма "Тисмениця" та ЗАТ "Виробничо-торгова швейна фірма "Дана" збитки збільшилися у порівнянні з 2009 роком. Такі негативні результати діяльності другої групи підприємств можуть бути пояснені тим, що зазначені підприємства мають достатньо високі витрати на збут: 455-1255 тис. грн., підприємство ВАТ "Хутрофірма "Тисмениця" має також довгострокові зобов'язання у розмірі 22457,3 тис. грн., а підприємство ЗАТ "Виробничо-торгова швейна фірма "Дана" характеризується зниженням чистого доходу від реалізації продукції у 2010 р. порівняно з 2009 р.

Третій кластер містить у собі підприємство ВАТ "Херсонський бавовняний комбінат", яке відокремлено, перш за все, за ознакою найбільшої чисельності працівників, та фонду оплати праці. Підприємство має великі суми усіх видів зобов'язань, що може негативно впливати на показник чистого прибутку. Слід зазначити, що чистий прибуток ВАТ "Херсонський бавовняний комбінат" має негативне значення, та розмір збитків збільшився у 2010 р. у порівнянні з 2009 р.

Підприємство ВАТ "Тернопільське об'єднання "Текстерно" було віднесено до четвертого кластеру також за ознакою розміру фонду оплати праці та чисельності працівників. Однак на відокремлення цього підприємства високий рівень впливу має дуже високе негативне значення розміру валового прибутку, що є свідомством великої кількості нереалізованої продукції.

До п'ятої групи підприємств увійшли: ТзОВ «Швейна фабрика «Грегорі Арбер», ВАТ швейна фабрика "Воронін", ТОВ «Відіван». Ці підприємства працюють та розвиваються на ринку за франчайзинговою системою та характеризуються позитивними значеннями за показниками дохідності та прибутковості та високими темпами росту чистого доходу та прибутку у 2010 р. порівняно з 2009.

Також, слід зазначити, що витрати на збут на цих підприємствах мають тенденцію до зниження або відсутні. Слід наголосити, що це відбувається за рахунок використання франчайзингу у діяльності зазначених підприємств.

Все вищезазначене дає змогу стверджувати що підприємства, які використовують франчайзинг для розвитку бізнесу, мають найбільш високі показники темпів зростання чистого доходу та прибутку, що і об'єднало їх в одну відокремлену групу. Отже, діяльність зазначених підприємств на ринку легкої промисловості є ефективнішою у порівнянні з іншими досліджуваними підприємствами.

Для покращення показників своєї діяльності досліджуваним підприємствам легкої промисловості необхідно застосовувати способи розвитку, які б дозволили підвищити їх конкурентоспроможність на вітчизняному та світовому ринках.

Таким чином, можна стверджувати, що ефективними стають такі підприємства, які використовують зарекомендовані у світовому бізнесі способи розвитку та скорочують ланцюг між виробником та споживачем, тобто створюють власні та франчайзингові роздрібні мережі з продажу товару під власними торговими марками.

Серед проблем, які дозволить вирішити використання франчайзингу, підприємствами насамперед, слід зазначити наступні:

обмежена кількість вітчизняних брендів

неповне завантаження виробничих потужностей

відсутність вільних оборотних коштів на відкриття власних магазинів або торгових центрів.

відсутність розвиненої мережі оптово-роздрібної торгівлі
недостатній рівень застосування систем маркетингу
висока питома вага збиткових підприємств
тенденція до зниження зайнятості в галузі
зниження показники виробництва та реалізації у галузі та ін.

Саме використання франчайзингу дозволить ефективно розвивати систему розподілу за рахунок розширення каналів збуту продукції без необхідності вкладення значних власних коштів та дозволить промисловим підприємствам України вийти на якісно новий рівень збуту своєї продукції не тільки на внутрішньому, але й на зовнішніх ринках.

Таким чином, з впевненістю можна стверджувати, що розвиток вітчизняних підприємств легкої промисловості за рахунок використання франчайзингу є пріоритетним у теперішніх ринкових умовах.

ЛІТЕРАТУРА

1. Державна служба статистики України. // [Електронний ресурс]. Режим доступу // <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Саати Т. Л. Принятие решений при зависимостях и обратных связях: Аналитические сети. / Т. Л. Саати. – М.: Издательство ЛКИ, 2008. – 360 с.
3. Аналіз фінансово-економічного потенціалу підприємства / І.В. Сіменко, І.М. Білоусова, О.О. Батлукова. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2004. – 169 с.