

Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

Навчально-науковий інститут економіки
Факультет менеджменту
Кафедра менеджменту

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
кваліфікаційної роботи ступеня бакалавра

студентки Молчанової Марії Володимирівні

академічної групи: 073-19-3

спеціальності: 073 Менеджмент

на тему: Обґрунтування ефективності рішень у сфері управління товарною номенклатурою (за матеріалами ПАТ «Інтерпайп Нижньодніпровський трубопрокатний завод»)

Керівник кваліфікаційної роботи	Прізвище, ініціали	Оцінка за шкалою		Підпис
		рейтинговою	інституційною	
	Грошелева О.Г.			

Рецензент				
Нормоконтролер	Грошелева О.Г.			

Дніпро
2023

ЗАТВЕРДЖЕНО:

завідувач кафедри менеджменту

_____ Швець В.Я.

(підпис)

« 01 » травня 2023 року

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу
ступеня бакалавра

студентці Молчанової М.В. академічної групи 073-19-3

спеціальності 073 Менеджмент

на тему «Обґрунтування ефективності рішень у сфері управління товарною номенклатурою (за матеріалами ПАТ «Інтерпайп Нижньодніпровський трубопрокатний завод»)»

затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» від 02 травня 2023 р. № 314-с

Розділ	Зміст	Термін виконання
Теоретичний	Теоретичні засади управління товарною номенклатурою продукції виробничого підприємства	01.05.2023 р. – 11.05.2023 р.
Аналітичний	Аналіз фінансово-господарської діяльності ПАТ «ІНТЕРПАЙП НТЗ»	12.05.2023 р. – 26.05.2023 р.
Рекомендаційний	Обґрунтування рішень щодо забезпечення ефективного управління товарною номенклатурою ПАТ «ІНТЕРПАЙП НТЗ»	27.05.2023 р.– 09.06.2023 р.

Завдання видано

_____ Грошелева О.Г.

(підпис керівника)

Дата видачі « 01 » травня 2023 року

Дата подання до екзаменаційної комісії « 12 » червня 2023 року

Прийнято до виконання

_____ Молчанова М.В.

(підпис студента)

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи бакалавра

студентки групи 073-19-3

НТУ «Дніпровська політехніка»

Молчанової Марії Володимирівни

на тему: Обґрунтування ефективності рішень у сфері управління товарною номенклатурою (за матеріалами ПАТ «Інтерпайп Нижньодніпровський трубопрокатний завод»)

КЛЮЧОВІ СЛОВА: ТОВАРНА НОМЕНКЛАТУРА, АСОРТИМЕНТ, КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ, ПОКАЗНИКИ, УПРАВЛІННЯ ТОВАРНОЮ НОМЕНКЛАТУРОЮ

Структура роботи: 91 сторінки комп'ютерного тексту, 15 рисунків, 26 таблиць, 31 джерело посилання.

Об'єкт розроблення – процес обґрунтування ефективності рішень у сфері управління товарною номенклатурою виробничого підприємства.

Мета роботи – теоретичне обґрунтування та розробка практичних рекомендацій щодо обґрунтування ефективності рішень у сфері управління товарною номенклатурою виробничого підприємства.

Основні результати кваліфікаційної роботи бакалавра полягають у наступному: досліджені товар та товарна номенклатура, як маркетингові категорії, показано зв'язок товарної номенклатури з асортиментом; визначена товарна політика, як маркетинговий комплекс рішень та діяльності виробничої компанії;- розглянути особливості управління товарним асортиментом та номенклатурою;- надано характеристика діяльності підприємства; охарактеризовано конкурентне оточення ПАТ «ІНТЕРПАЙП НТЗ»; оцінені фінансово-економічні показники ПАТ «ІНТЕРПАЙП НТЗ»; розглянути зовнішнє та внутрішнє середовища підприємства; здійснено аналіз продуктової номенклатури методом ABC-XYZ аналізу; виконано аналіз металургійної галузі методом «5 сил» Портера.

Методи дослідження – методи економічного аналізу (розрахунок економічних та фінансових показників діяльності підприємства), методи експрес-аналізу та горизонтального аналізу структури балансу підприємства, PEST-аналіз, SWOT-аналіз, ABC-XYZ аналіз, аналіз галузі методом «5 сил» Портера.

Результати кваліфікаційної роботи бакалавра рекомендовано для використання на виробничих підприємствах, які спеціалізуються на виробництві металургійної та машинобудівельної продукції.

Сфера застосування – при обґрунтуванні ефективності рішень при управлінні товарною номенклатурою виробничого підприємства.

Практична значущість - проранжована товарна номенклатура ПАТ «ІНТЕРПАЙП НТЗ» за таким показником, як величина доходу від продажу у загальному доході товарного портфеля. Визначені класи товарних позицій: «клас А» з внеском 80% в загальну виручку - колеса для залізничної галузі, труби безшовні гарячедеформовані, труби обсадні та муфти до них, «клас В» з внеском від 1 до 10% в загальну виручку - осі для колесних пар, труби безшовні

холоднодеформовані, бандажі для залізничної галузі, клас «С» з внеском менш 1% в загальну виручку – інші види трубної продукції. Проведено розподіл товарних груп відповідно до коефіцієнта варіації по категоріям. Відповідно до розрахунків з коефіцієнтами варіації 19–21% віднесено до групи «Y»: колеса для залізничної галузі, осі для колісних пар та бандажі. До групи Z надійшла вся номенклатура трубної продукції, яка відповідає коефіцієнтам варіації 42–124%.

ABSTRACT

of qualification paper for the Bachelor's degree
by the student of the academic group 073-19-3

Dnipro University of Technology

Molchanova Maria

Title: Substantiation of the efficiency of decisions in the field of product nomenclature management (based on the materials of Public JSC "Interpipe Nizhnedneprovsky Tube Rolling Plant")

PRODUCT NOMENCLATURE, ASSORTMENT, COMPETITIVENESS, INDICATORS, PRODUCT RANGE MANAGEMENT

Structure: 91 printed pages; 15 figures; 26 tables; 31 references.

The object of development is the process of substantiating the effectiveness of decisions in the field of managing the product range of a manufacturing enterprise.

The aim of the paper is theoretical substantiation and development of practical recommendations for substantiating the effectiveness of decisions in the field of managing the product range of a manufacturing enterprise.

The main results of the bachelor's qualification work are as follows: the product and product nomenclature are researched as marketing categories, the connection between the product nomenclature and the assortment is shown; the product policy is defined as a marketing complex of decisions and activities of the production company; - to consider the peculiarities of managing the product range and nomenclature; - a description of the company's activities is provided; the competitive environment of PJSC «INTERPIPE NTZ» is characterized; financial and economic indicators of PJSC «INTERPIPE NTZ» were evaluated; to consider external and internal environment of the enterprise; an analysis of the product nomenclature was carried out by the ABC-XYZ analysis method; an analysis of the metallurgical industry by Porter's "5 forces" method was performed.

Research methods - methods of economic analysis (calculation of economic and financial indicators of the company's activity), methods of express analysis and horizontal analysis of the structure of the company's balance sheet, PEST analysis, SWOT analysis, ABC-XYZ analysis, industry analysis by Porter's "5 forces" method.

The findings of the qualification paper for the Bachelor's degree are recommended for use at production enterprises specializing in the production of metallurgical and machine-building products.

Application - when justifying the effectiveness of decisions in the management of the product nomenclature of the production enterprise.

Practical significance - ranked product nomenclature of PJSC «INTERPIPE NTZ» according to such an indicator as the amount of sales revenue in the total revenue of the product portfolio. The following classes of product positions are defined: "class A" with a contribution of 80% to the total revenue - wheels for the railway industry, seamless hot-deformed pipes, casing pipes and couplings to them, "class B" with a contribution of 1 to 10% to the total revenue - axles for wheelsets, seamless cold-formed pipes, bandages for the railway industry, class "C" with a contribution of less than 1% to the total revenue - other types of pipe products. The distribution of product groups was carried out according to the coefficient of variation by category. According

to calculations with coefficients of variation, 19–21% are assigned to group "Y": wheels for the railway industry, axles for wheel pairs and rims. The entire nomenclature of pipe products, which corresponds to the coefficients of variation of 42–124%, was included in the Z group.

ЗМІСТ

Вступ	4
1 Теоретичні засади управління товарною номенклатурою продукції виробничого підприємства	8
1.1 Товар як маркетингова категорія. Товарна номенклатура та зв'язок товарної номенклатури з асортиментом	8
1.2 Товарна політика як маркетинговий комплекс рішень та діяльності виробничої компанії	14
1.3 Управління товарним асортиментом та номенклатурою	20
2 Аналіз фінансово-господарської діяльності ПАТ «ІНТЕРПАЙП НТЗ»	29
2.1 Загальна характеристика підприємства	28
2.2 Аналіз конкурентного оточення ПАТ «ІНТЕРПАЙП НТЗ»	33
2.3 Аналіз фінансово-економічних показників підприємства	39
2.3.1 Економічні показники ПАТ «ІНТЕРПАЙП НТЗ»	39
2.3.2 Фінансові показники ПАТ «ІНТЕРПАЙП НТЗ»	49
3. Обґрунтування рішень щодо забезпечення ефективного управління товарною номенклатурою ПАТ «ІНТЕРПАЙП НТЗ»	67
3.1 Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства для управління товарною номенклатурою	67
3.2 Дослідження продуктової номенклатури методом АВС-XYZ аналізу	75
3.3 Аналіз металургійної галузі методом «5сил» Портера	81
Висновки	85
Перелік джерел посилань	91

ВСТУП

Актуальність теми кваліфікаційної роботи ступеня бакалавр полягає у тому, що у сучасному висококонкурентному середовище світової металургійної галузі, де споживач визначає необхідну йому продукцію та висуває вимоги до її якості, кожне підприємство-виробник змушено бути компетентним в формуванні товарної номенклатури та товарного асортименту. Наявність існуючого у підприємства переліку товарної продукції, ще не свідчить о можливості досягнути бажаних часток на споживчому ринку та запланованої прибутковості. Світовий досвід показує, що непристосованість переліку товарної продукції з запитами та вимогами споживачів призводить до втрати конкурентних переваг, втрати частки споживчого ринку та відповідно до цього прибутку та економічної стійкості. Навпаки, вміння своєчасно аналізувати існуючий номенклатурний ряд, наявність та досвід застосування сучасних методик та інструментів аналізу номенклатури, її відповідності бажанням споживачів, вміння ув'язати фінансово-становище з можливими проблемами в невідповідності товарної пропозиції може підвищити ефективність та фінансову стійкість підприємства за рахунок своєчасних та необхідних управлінських рішень, що і є головною функцією менеджменту, як функції управління підприємством. Усі дії підприємства відштовхуються від затвердженої стратегії та місії, які визначають менеджменту підприємства майбутні та існуючі напрямки. Це підтверджується розумінням та постійним моніторингом галузі, в якій працює підприємство. Відповідно галузі формуються і потреби та вимоги споживачів. Можливість запропонувати споживачу необхідну продукцію забезпечується якісним розумінням підприємства зовнішнього та внутрішнього середовища. Його критичних параметрів та чинників, сильних та слабких сторін самого підприємства. Це потребує своєчасного аналізу відповідними методиками та надання менеджментом підприємства висновків та рекомендацій стосовно потенційних загроз або можливостей, та необхідності впровадження

операційних або інвестиційних засобів. Відповідно до вищевказаного підприємство аналізує свій продуктивний портфель, визначаючи за допомогою ефективних методик, його існуючу відповідність стратегії підприємства, ринковим потребам, якісній відповідності, необхідній прибутковості та потреби в змінах або припиненню виробництва. Актуальність обраної теми полягає в тому, що постійна робота по формуванню продуктивного портфелю, оптимізації своєї продуктивної лінійки, пристосування її до вимог споживачів, є одним з найважливіших стратегічних питань для підприємства-виробника. Оптимальний та економічно обґрунтований асортимент, ефективна товарна політика є невід'ємною часткою загальної стратегії підприємства-виробника, яка спрямована на досягненні максимальної конкурентоспроможності та підвищення попиту на продукцію підприємства, що є гарантією існування та подальшого розвитку, а також утримання лідерських позицій в відповідній галузі.

Мета кваліфікаційної роботи – теоретичне обґрунтування та розробка практичних рекомендацій щодо обґрунтування ефективності рішень у сфері управління товарною номенклатурою виробничого підприємства.

Для досягнення цієї мети в роботі вирішувались такі завдання:

- дослідити товар та товарну номенклатуру, як маркетингову категорію, зв'язок товарної номенклатури з асортиментом;
- визначити товарну політику, як маркетинговий комплекс рішень та діяльності виробничої компанії;
- розглянути особливості управління товарним асортиментом та номенклатурою;
- надати характеристику діяльності підприємства;
- охарактеризувати конкурентне оточення ПАТ «ІНТЕРПАЙП НТЗ»;
- оцінити фінансово-економічні показники ПАТ «ІНТЕРПАЙП НТЗ»;
- розглянути зовнішнє та внутрішнє середовища підприємства;
- здійснити аналіз продуктивної номенклатури методом АВС-XYZ аналізу;

– виконати аналіз металургійної галузі методом «5 сил» Портера.

Об’єкт розроблення – процес обґрунтування ефективності рішень у сфері управління товарною номенклатурою виробничого підприємства.

Предмет розроблення – методичні та практичні підходи до обґрунтування ефективних рішень у сфері управління товарною номенклатурою ПАТ «ІНТЕРПАЙП НТЗ».

У кваліфікаційній роботі були використані такі методи: аналіз – для надання господарчої та організаційної характеристики підприємства, вертикальний та горизонтальний аналіз бухгалтерського балансу підприємства, розрахунок фінансових коефіцієнтів – для визначення фінансово-господарського стану підприємства; PETS-аналіз, метод «5 сил» М.Портера, SWOT-аналіз, матриця SWOT-аналізу, ABC-аналіз, XYZ-аналіз, сумісний ABC-XYZ-аналіз – для аналізу існуючого товарного асортименту, визначення його впливу на ефективність діяльності підприємства-виробника та формуванню ефективних рішень стосовно управління товарною номенклатурою ПАТ «ІНТЕРПАЙП НТЗ».

Практична значущість – проранжована товарна номенклатура ПАТ «ІНТЕРПАЙП НТЗ» за таким показником, як величина доходу від продажу у загальному доході товарного портфеля. Визначені наступні класи товарних позицій: «клас А» з внеском 80% в загальну виручку - колеса для залізничної галузі, труби безшовні гарячедеформовані, труби обсадні та муфти до них, «клас В» з внеском від 1 до 10% в загальну виручку - осі для колісних пар, труби безшовні холоднодеформовані, бандажі для залізничної галузі, «клас С» з внеском менш 1% в загальну виручку – інші види трубної продукції. Проведено розподіл товарних груп відповідно до коефіцієнта варіації по категоріям. Відповідно до розрахунків з коефіцієнтами варіації 19–21% віднесено до групи «Y»: колеса для залізничної галузі, осі для колісних пар та бандажі. До групи «Z» надійшла вся номенклатура трубної продукції, яка відповідає коефіцієнтам варіації 42–124%.