

Секція:

Економіка, менеджмент, фінанси

УДК 621.326

Бакай Н. - ст. гр. БМ – 41

Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ЕТАПІВ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ПРОДУКЦІЇ ТА ПРИБУТКІВ ПІДПРИЄМСТВА

Науковий керівник: к.т.н., доц. Гевко. І. Б.

Кожний продукт має свій життєвий цикл, для одного це роки, а для другого - кілька місяців. Але, який би товар не вибрала для себе організація, основною метою залишається прибуток. Економічний ефект від затрат залежить від заходів у сферах виробництва, фінансів та маркетингу, які будуть здійснюватися на певних стадіях життєвого циклу продукції.

Життєвий цикл товару складається з наступних стадій: дослідження ідеї та проектування виробу, виготовлення й реалізація, експлуатація та споживання.

На першому етапі досліджуються потреби споживачів, оцінюються можливості організації. Розробляються стратегія та продукт. Вибираються технологія виробництва і політика у сфері маркетингу. Підприємство за рахунок власних та позичених коштів забезпечується необхідними матеріальними, фінансовими і трудовими ресурсами. Починається виробництво, випускається перша партія продукту. Прибутків ще немає, попит низький. Для вдосконалення життєвого циклу виробу потрібно якнайшвидше розробити продукт. Це дозволить швидше отримати прибуток та покрити витрати.

Нарощування обсягів виробництва починається на другому етапі життєвого циклу продукції. Налагоджуються відносини із постачальниками, посередниками, поступово з'являються свої клієнти. Стрімко зростають доходи і підприємство починає отримувати прибутки. Конкуренти запропонували перші, ще недосконалі аналоги нового товару. Потрібно вдосконалювати технологію виробництва, використовувати раціональні пропозиції, завойовувати ринки збуту. Зростання кількості виробів не має негативно позначитись на їх якості. Це дасть змогу збільшити прибутки за відносно низьких витрат. На третьому етапі попит стабілізується, прибутки є, але вони вже не зростають. Про продукцію знають, її купують. Потрібно провести економічні розрахунки та здійснити їх аналіз. Після цього продукт або модифікують або починають паралельно розробляти новий продукт. Обсяги продажу та потреби в матеріальних, фінансових і трудових ресурсах поступово зменшуються.

На четвертому етапі в успішних організаціях вже закінчується розробка нового продукту. Прибутків по старому виробу майже немає. Реклама не окупляється. Потрібно різко скорочувати обсяги виробництва, а ресурси спрямовувати на новий продукт. Чим швидше підприємство почне виготовляти товар-новинку, тим менші затрати воно понесе.

Отже, існує тісний взаємозв'язок між розмірами прибутків і етапами життєвого циклу продукції. Чим скоріше розробляється продукт, стратегія та технологія виробництва, тим меншими будуть витрати грошей і часу. При виробництві продукції важливим є управління матеріальними, трудовими та фінансовими ресурсами, постійні вдосконалення та внесення раціональних пропозицій, що дасть змогу зменшити витрати і збільшити прибутки на другому та третьому етапах життєвого циклу продукції, а вчасна переорієнтація на новий виріб зменшить необґрунтовані затрати.