

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Досліджено теоретичні та прикладні засади підвищення ефективності управління збутовою діяльністю підприємства (на прикладі ПрАТ «Моршинський завод мінеральних вод «Оскар»). Проведено комплексне оцінювання економічних результатів збутової діяльності досліджуваного підприємства. На прикладі цього підприємства запропоновано напрям підвищення ефективності збутової діяльності на основі впровадження систем планування розподілу та електронного обліку, а саме DRP та CRM, а також ряду інших нових методів управління збутовою діяльністю, таких як введення нових систем обліку та управління клієнтами з орієнтацією на споживачів; представлено економічне обґрунтування вигідності проекту.

Ключові слова: підприємство, ефективність, управління, збутова діяльність.

Abstract

Studied theoretical and applied principles of efficiency management of zbutovoi activity of the enterprise (for example "Morshyn mineral water plant" Oscar "). Conducted a comprehensive evaluation of economic results of the marketing activities of the enterprises. For example, this company asked the direction of increase of efficiency of marketing activities on the basis of the implementation of the planning of distribution and electronic accounting, namely, DRP and CRM, as well as a number of other new methods of zbutovoi activity, such as the introduction of new accounting systems and customer management with a focus on consumers; presented study utility project.

Keywords: enterprise, efficiency, management, sales activities.

На будь-якому підприємстві господарська діяльність пов'язана з одержанням прибутку. В результаті цього важливою складовою на підприємстві є збутова діяльність як заключний етап створення, виробництва і розповсюдження кінцевої продукції. Вивчення основ ефективності збутової діяльності є актуальним для всіх підприємств і відіграє важливу роль у системі виробничих відносин.

Проведене дослідження у ПрАТ «Моршинський завод мінеральних вод «Оскар» виявило, що прийняття концепції маркетингу на підприємстві змінює методи, за допомогою яких досягаються цілі виробництва і збуту продукції. За рахунок інтеграції функції маркетингу у систему управління підприємством здійснюється глибше й ефективніше поєднання збуту із дослідженням ринкової ситуації, плануванням асортименту продукції, змінюється характер роботи, пов'язаної з реалізацією продукції. Ефективність просування товарів до споживачів у значній мірі залежить від оптимальності вибору підприємством каналу збуту. Підприємство повинно постійно відстежувати стан каналів розповсюдження товарів, мати інформацію про кількість рівнів каналів та конкретний склад його учасників. Дана інформація дозволяє оцінити швидкість, час, ефективність руху та цілісність товарів під час їх доставки від виробника до кінцевого споживача.

Визначено, що розуміння основних категорій збуту має бути основою для формування організаційного, методичного та матеріально-технічного забезпечення збутової діяльності промислового підприємства. Саме такий підхід забезпечить ефективний збут продукції підприємства.

Аналіз та оцінка збутової ПрАТ «Моршинський завод мінеральних вод «Оскар» дає змогу зробити висновок щодо прогресивних змін в показниках діяльності підприємства протягом останніх років. Даний суб'єкт господарювання широко використовує в своїй діяльності практику маркетингових досліджень, має розвинену систему каналів розподілу продукції (власну дистрибуційну мережу), налагоджене складське господарство, здійснює ефективні заходи із просування продукції на ринок. Така ситуація свідчить про поступовий перехід даного виробника на концепцію маркетингу, яка встановлює перевагу ринкових вимог споживача над виробничими. Проте

варто зауважити, що цей шлях є досить складним і вимагає значних організаційних змін. Саме тому в управлінні збутовою діяльністю досліджуваного підприємства виявлено ряд недоліків.

Для вдосконалення збутової діяльності на ПрАТ «Моршинський завод мінеральних вод «Оскар» було запропоновано впровадження систем планування розподілу та електронного обліку, а саме DRP та CRM. Система управління та планування розподілу продукції DRP дає змогу не тільки враховувати кон'юнктуру ринку, а й активно впливати на неї. Використовуючи систему DRP, підприємство має можливість зменшити витрати, пов'язані зі збереженням, транспортуванням, переробкою вантажів. Ця система також дає змогу визначити оптимальні розміри складських площ, обрати оптимальний вид транспорту.

Підводячи підсумки можна стверджувати, що одним із найважливіших чинників підвищення ефективності управління збутовою діяльністю підприємств, зокрема ПрАТ «Моршинський завод мінеральних вод «Оскар», є використання нових методів управління збутовою діяльністю, таких як введення нових систем обліку та управління клієнтами. Важливим є постійне вдосконалення збутової діяльності та орієнтація на споживачів. Враховуючи перенасичення ринку, необхідною умовою є підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Карачина Наталя Петрівна — д-р. екон. наук, професор, професор кафедри менеджменту, маркетингу та економіки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця

Тисячук Ірина Олегівна — студентка групи МОЗ-16м, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет

Natalia Karachyna – Dr. Sc. (Ec.), Professor, Professor of Management, Marketing and Economics Department, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

Iryna Tysiachuk – student of Faculty of management and informational security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia