

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ВИРОБНИЧОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розглянуто теоретичні та практичні питання організації на виробничих підприємствах збутової діяльності та розроблено рекомендації з підвищення ефективності управління збутовою діяльністю на конкретному підприємстві.

Ключові слова: збутова діяльність, стратегічна спрямованість та забезпечення збутової діяльності, організаційна структура управління збутовою діяльністю тощо.

Abstract

The theoretical and practical questions of organization are considered on the productive enterprises of sale activity and recommendations are worked out from the increase of efficiency of management sale activity on a certain enterprise.

Key words: sale activity, strategic orientation and providing of sale activity, organizational structure of management sale activity and others like that.

Вступ

Як відомо, в даний час перед виробничими підприємствами будь-якої форми власності гостро постало питання підвищення ефективності управління збутовою діяльністю. І на це є об'єктивні причини, оскільки саме у сфері збуту остаточно виявляються результати діяльності всіх підрозділів та служб підприємства, визначається величина отриманого прибутку, встановлюється місце, яке займає продукція підприємства на тому чи іншому ринку тощо. Виконання даної функції на виробничому підприємстві покладається на його збутову службу. Аналіз низки наукових праць показав, що питання організації збуту продукції детальніше висвітлені для торговельних підприємств, в той час як для виробничих підприємств, ці питання потребують свого подальшого дослідження [1].

Метою даної роботи є аналіз теоретичних і методологічних аспектів організації та управління збутовою діяльністю на виробничих підприємствах.

Результати дослідження

В результаті проведених досліджень було встановлено, що існує безліч означень поняття «збутова діяльність» [2] від простих типу, що «це діяльність підприємства по доведенню товарів від виробника до споживачів» до більш складних типу, що це «комплекс процедур просування готової продукції на ринок (формування попиту, отримання і обробка замовлень, комплектація і підготовка продукції до відправки покупцям, відвантаження продукції на транспортний засіб і транспортування до місця продажу або призначення) і організацію розрахунків за неї (встановлення умов і здійснення процедур розрахунків із покупцями за відвантажену продукцію) [3]». На наш погляд, з практичної точки зору доцільно виокремлювати два основні підходи (у широкому та вузькому розумінні цього терміну) до трактування поняття «збутова діяльність»: У широкому розумінні – це процес руху продукції від її виробника до споживача (покупця), який починається з моменту завершення виробництва продукції на підприємстві до моменту передачі (продажу) цієї продукції конкретному споживачу (покупцю). У вузькому розумінні – це процес, який охоплює юридичну передачу прав власності на продукцію підприємства від продавця (виробника, посередника тощо) кінцевому споживачу. Зрозуміло, що в даний час повинен переважати саме перший підхід до трактування поняття «збутова діяльність», оскільки ефективність збуту продукції визначається багатьма іншими складовими діяльності підприємства, починаючи від оформлення замовлень, формування попиту, часом транспортування продукції до споживача тощо.

Аналізуючи весь комплекс проблем, пов'язаних з удосконаленням управління збутовою діяльністю на виробничому підприємстві, нами встановлено, що особливу увагу потрібно звертати на

такі дві складові, як розробка збутової стратегії виробничого підприємства та налагодження стабільної системи забезпечення збутової діяльності.

Значну увагу було приділено встановленню пріоритетних форм збутової діяльності. До цих форм віднесено: кваліфіковане укладання комерційних угод, пошук ефективної системи збуту продукції, підвищення ефективності ціноутворення, підвищення ефективності маркетингових досліджень, активізація рекламної діяльності та встановлення зв'язку між результатами збутової діяльності підприємства та результатами роботи його підрозділів, включаючи виробничі підрозділи [4], [5].

Практичну частину роботи було проведено на ПрАТ «Вінницький завод «Маяк». Встановлено, що основним видом діяльності підприємства є виробництво побутових електроприладів під торговою маркою «Термія». Протягом 2014-2017 років спостерігається постійне зростання собівартості реалізованої продукції підприємства, матеріальні витрати та адміністративні витрати. Наприклад, собівартість реалізованої продукції підприємства досягла у 2017 році рівня 293 млн грн проти 154 млн грн у 2014 році, тобто зросла в 1,9 разів. Аналогічна тенденція характерна і для динаміки зміни матеріальних витрат, які у 2017 році досягли рівня 240 млн грн проти 101 млн грн у 2014 році, тобто зросли у 2,38 разів. Основною причиною такого явища є суттєве підвищення цін на матеріальні та енергетичні ресурси, яке мало місце у 2014-2016 роках.

Якщо проаналізувати динаміку зміни адміністративних витрат, то тут також відмічається їх постійне зростання. У 2017 році величина адміністративних витрат досягла рівня 22 млн грн проти 13 млн грн у 2014 році, тобто зросла в 1,69 разів. Дещо нерівномірно зростала така стаття витрат, як «інші» операційні витрати. Так, тільки за один рік величина цих витрат у 2015 році зросла до 15 млн грн проти 6 млн грн у 2014 році, тобто зросла у 2,5 рази. Протягом наступних 3-х років величина інших операційних витрат зросла до рівня 17 млн грн, тобто зросла всього на 2 млн грн.

Аналогічна ситуація спостерігається з динамікою витрат на збут. Так, у 2015 році витрати на збут скоротилися до 7,3 млн грн порівняно з 8,5 млн грн, що мало місце у 2014 році, тобто витрати на збут скоротилися на $(8,5 - 7,3) = 1,3$ млн грн, тобто на 17,8%. В наступні три роки (2015-2017 рр.) витрати на збут почали зростати, досягнувши у 2017 році величини у 10 млн грн, тобто зросли порівняно з 2015 роком на $(10 - 8,5) = 1,5$ млн грн, тобто зросли на 17,6%. Проведені розрахунки показують, що організація збутовою діяльністю на цьому підприємстві не є стабільною.

Висновки

Без суттєвого покращення управління збутовою діяльністю підприємству важко буде зберегти свої конкурентні позиції на ринку побутових електроприладів. Складено план рекомендацій з підвищення ефективності управління збутовою діяльністю підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Козловський, В. О. Основи підприємництва : навчальний посібник. У 2-х частинах. Частина I / В. О. Козловський – [Вид. 2-ге, переробл. та доповн.] – Вінниця : ВНТУ, 2017.– 119 с.
2. Козловський, В. О. Основи підприємництва : навчальний посібник. У 2-х частинах. Частина II / В. О. Козловський – [Вид. 2-ге, переробл. та доповн.] –Вінниця : ВНТУ, 2017.–116 с.
3. Терент'єва Н.В. Управління збутовою діяльністю в системі управління підприємством – електронний журнал «Ефективна економіка» – 2016, Видавництво ТОВ «ДКС-центр», 2016. № 2.
4. Козловський, В. О. Виробниче та комерційне підприємництво : навчальний посібник. /В. О. Козловський, О. Й. Лесько – Вінниця : ВНТУ, 2018. – 154 с.
5. Козловський, В. О. Бізнес-планування : навчальний посібник /В. О. Козловський, О. Й. Лесько.– Видання 2-ге, доповн. та переробл. – Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2008, – 241 с.

Козловський Володимир Олександрович – к.е.н., доцент, професор кафедри економіки підприємства та виробничого менеджменту Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, e-mail: V@Vin.UA або Kozlovskiy.vk.vntu.edu.ua

Осокін Максим Олексійович – студент 4-го курсу бакалаврату гр. МОв-15б факультету менеджменту та інформаційної безпеки Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця.

Kozlovskiy Volodymyr Oleksandrovych – Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of Enterprise Economics and Production Management, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsya, e-mail: V@Vin.UA or Kozlovskiy.vk.vntu.edu.ua

Osokin Maksym Oleksiyovych – student of 4th course of the baccalaureate group of MOV-15b of the faculty of management and informative safety of the Vinnitsya National Technical University, Vinnitsya, e-mail: Ekspere-ment0000@gmail.com