

УПРАВЛІННЯ ЗБУТОМ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ**В. Скворцов¹**

Економічний розвиток України на шляху створення соціально орієнтованої ринкової економіки передбачає його відповідність довгостроковій стратегії економічного зростання, підвищення якості і рівня життя населення. Для ефективного функціонування економіки в ринкових умовах необхідно підвищувати рівень рентабельності підприємств, в цілому підвищувати конкурентоспроможність виробництва, його ефективність. Разом з тим, низький рівень виробництва, праці, маркетингу і збуту продукції, не конкурентоспроможність продукції внаслідок морального і фізичного зносу основного капіталу, зростання норм поточних витрат спричинює рівень зниження рентабельності, скорочення попиту на продукцію вітчизняних підприємств в умовах жорсткої конкуренції з боку імпорту.

Підтвердження тому в цілому по Україні недостатньо ефективна фінансова діяльність промислових підприємств. В 2011 році біля 38 відс. підприємств збиткові, рентабельність операційної діяльності промислових підприємств достатньо низька і становила всього 3,5 відс. Збитковість підприємств обмежує можливість інвестування частини прибутку в основні засоби, позбавляє можливості поповнення місцевих бюджетів. Ступінь зносу основних засобів промислового виробництва сягає в різних галузях промисловості більше 60 відсотків.

Низький рівень інноваційної продукції, не розвинені ринки технологій, патентів наукових досліджень і збуту продукції не створює умов для прискореного освоєння випуску нових видів конкурентоспроможної продукції, а продукція, що випускається, має високу собівартість і не користується достатнім попитом на ринку товарів. Все це пов'язано з погіршенням макроекономічних параметрів розвитку держави, зростанням кількості збиткових підприємств, падінням конкурентоспроможності вітчизняної продукції, низькою інвестиційною активністю на макро- і мікрорівнях, відсутністю значних позитивних результатах від приватизації державного майна, низькою ефективністю адаптаційних заходів більшості підприємств.

Сучасна ситуація в Україні потребує вирішення таких кардинальних та взаємопов'язаних проблем, як вихід з кризи і перехід до ринкових форм та методів господарювання, більш глибокого і всебічного вивчення ринків збуту шляхом проведення сучасних маркетингових досліджень, формування ефективної збутової політики на підприємстві.

Застосування концепції маркетингу дає змогу створити ефективну основу управлінської, господарської і виробничо-збутової діяльності підприємства як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках. На принципах маркетингу буде свої системи переважна більшість провідних компаній світу.

Важлива особливість маркетингу, як системи полягає в тому, що підхід до прийняття інженерних, виробничо-збутових та інших рішень здійснюється з позиції найбільшого задоволення вимог споживача, ринкового попиту. Це забезпечує створення організаційних і правових умов для ефективного функціонування і розвитку підприємства.

Служба маркетингу на підприємстві, як правило, повинна виконувати наступні функції:

1. Вивчення ринку збуту продукції, аналіз ситуації, ємності, динаміки, структури, конкурентів, оцінка власного положення на ринку и т.ін.
2. Прогноз ринку: визначення коротко- та довгострокових тенденцій розвитку та

¹ студ. Кіровоградський національний технічний університет

Науковий керівник: Костромін Г.Г., канд. економ. наук, доц. Кіровоградський національний технічний університет

- поведінки основних елементів ринку.
3. Оцінка власних можливостей підприємства (науково-технічних, виробничих, збутових і т.ін.)
 4. Формування цілей на перспективу.
 5. Розробка стратегії маркетингу: визначення методів досягнення поставлених цілей; виробіток цінової, збутової та рекламної стратегій та їх взаємозв'язок.
 6. Розробка тактики: вибір засобів для досягнення цілей на окремих етапах та напрямках маркетингової діяльності.
 7. Формування попиту та стимулювання збуту.
 8. Аналіз і контроль: оцінка отриманих результатів, визначення ефективності маркетингової роботи, виробіток пропозицій по коректуванню маркетингової діяльності підприємства у всіх аспектах .

Велике значення для ефективної збутової діяльності підприємства вивчає виробіток вірної збутової політики. Обґрунтування ефективності збутової політики є багатоваріантний розрахунок витрат обігу та вибору на його основі оптимального варіанту за основним напрямом збутової діяльності на цільовому ринку або його сегменті.

Розробка і обґрунтування збутової політики підприємства передбачає вирішення наступних питань (принципів) стосовно до конкретного обраного товару або групі товарів:

- вибір цільового ринку або його сегменту;
- вибір системи збуту та визначення необхідних фінансових витрат;
- вибір каналів та методів збуту;
- вибір способу виходу на ринок;
- вибір часу виходу на ринок;
- визначення системи товароруку і витрат на доставку товару споживачу;
- визначення форм і методів стимулювання збуту і необхідних для нього витрат.

Важливу роль та успіх маркетингової та збутової діяльності відіграє правильне формування та взаємодія всіх служб підприємства: вищого керівництва, фінансової служби НІОКР, служби матеріально-технічного постачання, виробничої служби і бухгалтерії.

Таким чином, для успішної діяльності підприємства в ринкових умовах необхідно створення надійної та гнучкої системи управління маркетингом та збутом. Впровадження системи управління виробництвом та збутом, підготовка грамотних, кваліфікованих працівників дозволить виробничому підприємству з найменшими втратами увійти у нову систему ринкових відносин.

Список літератури

1. Бєлих Л.П., Федотова М.А. Реструктуризация предприятий. – Москва «ЮНИТИ», 2001.
2. Четкіна Я.С. Управление проектами реструктуризации предприятий. Наукові праці. – ДонНТУ, Донецьк, 2002.
3. Андрієвська Є.В. Поняття та сутність процесу реструктуризації промислових підприємств // Вісник соціально-економічних досліджень, № 39, 2010.
4. Леміш К.М. Основи формування механізму реструктуризації промислових підприємств // Економіка і регіон, № 25-02, 2010.
5. Про відновлення платоспроможності або визнання підприємства банкрутом. Закон України від 14.05.1992 № 2343-ХІІ.
6. Терещенко О.О. Фінансові домінанти реструктуризації підприємств // Фінанси України, № 4, 2009.
7. Вятрович О. Реструктуризация як важливий спосіб забезпечення життєдіяльності підприємств // Економіст, № 7, липень 2011.
8. Костромін Г.Т. Інвестиційна привабливість регіону: шляхи вирішення. Матеріали ІV з'їзду Співки економістів України та Міжнародної науково-практичної конференції «Інвестиційно-інноваційний розвиток регіону». – Київ, 2010.