

УДК 338.33:65.012.34:334.716

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ВУГІЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Н.В. Трушкіна

Інститут економіки промисловості НАН України, м. Київ, Україна

Трушкіна Н.В. Напрями вдосконалення управління збутовою діяльністю вугільних підприємств.

На основі аналізу та узагальнення підходів різних наукових шкіл уточнено термінологічний апарат з проблем управління збутовою діяльністю вугільного підприємства з логістичної точки зору. Систематизовано напрями вдосконалення управління збутовою діяльністю промислових підприємств. Базуючись на особливостях обслуговування різних категорій споживачів вугільної продукції, розроблено пропозиції щодо підвищення ефективності управління збутовою діяльністю підприємств вугільної промисловості.

Ключові слова: різні категорії споживачів вугільної продукції, збут вугільної продукції, збутова діяльність, вугільне підприємство, управління збутовою діяльністю, напрями вдосконалення, підвищення ефективності, обслуговування споживачів, договірна робота

Трушкіна Н.В. Направления совершенствования управления сбытовой деятельностью угольных предприятий.

На основе анализа и обобщения подходов различных научных школ уточнен терминологический аппарат по проблемам управления сбытовой деятельностью угольного предприятия с логистической точки зрения. Систематизированы направления совершенствования управления сбытовой деятельностью промышленных предприятий. Основываясь на особенностях обслуживания различных категорий потребителей угольной продукции, разработаны предложения по повышению эффективности управления сбытовой деятельностью предприятий угольной промышленности.

Ключевые слова: различные категории потребителей угольной продукции, сбыт угольной продукции, сбытовая деятельность, угольное предприятие, управление сбытовой деятельностью, направления совершенствования, повышение эффективности, обслуживание потребителей, договорная работа

Trushkina N.V. Directions of improving sales management of coal enterprises.

Based on the analysis and synthesis of approaches of different scientific schools terminological system on sales management of coal enterprises with logistical standpoint is updated. Directions of improving sales management industry are systematized. Based on the features of the service of various categories of consumers of coal products, suggestions for improving the effectiveness of sales management of the coal industry are developed.

Keywords: different categories of consumers of coal production, sales of coal products, marketing activities, coal enterprise, management of marketing activities, areas for improvement, efficiency, customer service, contract work

Обстеження ряду вугільних підприємств свідчать про недостатньо ефективне управління збутовою діяльністю внаслідок недосконалої системи договірної роботи зі споживачами через неврахування особливостей обслуговування різних категорій. У результаті цього спостерігається тенденція зростання витрат на організацію збутової діяльності та скорочення обсягів реалізації вугільної продукції. Наприклад, за даними Галузевого інформаційно-розрахункового центру державного підприємства «Вугілля України» Міністерства енергетики та вугільної промисловості України, витрати на збут становили в 2014 р. 202,64 млн. грн., або 0,79% повної собівартості (у 2005 р. – 219,8 млн. грн., або 1,79% повної собівартості). Витрати на збут 1 тонни товарної вугільної продукції склали в 2014 р. 12,59 грн. (у 2005 р. – 4,23 грн.), а 1 тонни реалізованої вугільної продукції – 12,65 грн. (у 2005 р. – 4,08 грн.). Обсяги відвантаженого вугілля споживачам скоротилися за 2006-2014 рр. на 49,6%. Як показав аналіз, залишки вугілля на складах вугледобувних та вуглепереробних підприємств України зросли за цей період у 3,2 рази – з 904,2 до 2913,8 тис. тонн.

Тому розробка пропозицій щодо вдосконалення управління збутовою діяльністю вугільних підприємств на основі врахування особливостей обслуговування різних категорій споживачів та поліпшення договірної роботи залишається актуальним напрямом дослідження, яке має наукову новизну та практичну значущість. За оцінками експертів, впровадження заходів з удосконалення організації збутової діяльності промислових підприємств сприятиме скороченню витрат на реалізацію продукції споживачам на 20% [1, С. 19], зростанню обсягів відвантаження продукції на 35-40% [2, С. 43], зниженню термінів доставки готової продукції на 25-45% [3, С. 39], скороченню часу переміщення товарів по логістичному ланцюгу та рівня транспортних витрат у результаті оптимізації маршрутів руху транспорту та узгодження графіків поставок [4, С. 21, 22].

Виходячи з цього, у сучасних умовах підвищується актуальність подальшого розвитку теоретичних положень і практичних пропозицій щодо вдосконалення управління збутовою діяльністю підприємств вугільної промисловості.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

Проблемам підвищення ефективності управління збутовою діяльністю промислових підприємств присвячено значну кількість наукових праць вітчизняних і зарубіжних авторів.

Багато вчених проводять наукові дослідження з уточнення змісту термінів «збут», «збутова діяльність», «управління збутовою діяльністю», «логістичне обслуговування споживачів», «маркетингова політика розподілу»: П.П. Гаврилко, А.М. Гаджинський, С.М. Голуб, М.Ю. Григорак, Є.В. Крикавський, І.В. Круценко, Л.І. Нейкова, Ю.М. Неруш, П.А. Орлов, О.В. Падухевич, В.І. Сергєєв, Дж.Р. Сток, І.Е. Ташбаєв, Г.О. Холодний. Багаторічні наукові розробки з метою підвищення якості та рівня обслуговування споживачів здійснюють вчені М.Ю. Григорак, Л.В. Капінус, В.М. Кислий, Н.Й. Коніщева, Є.В. Крикавський, М.А. Окландер, Н.І. Хтей, Н.І. Чухрай.

Проблемам управління збутовою діяльністю промислових підприємств присвячено наукові публікації О.С. Белоусової, О.О. Владиченка, М.Ф. Гончаренка, І.І. Ляшко, П.А. Орлова, Т.І. Притиченко, Г.О. Холодного та інших учених.

Незважаючи на широкий спектр досліджень із зазначених проблем, у даний час недостатньо розробок щодо визначення напрямів удосконалення управління збутовою діяльністю вугільних

підприємств, враховуючи особливості їх функціонування з логістичної точки зору. Це й обумовило вибір теми наукового дослідження.

Метою статті є розробка пропозицій щодо вдосконалення управління збутовою діяльністю вугільного підприємства з логістичної точки зору.

Для досягнення поставленої мети визначено такі наукові завдання:

- на основі аналізу підходів різних наукових шкіл та узагальнення результатів власних досліджень уточнити зміст термінів «збут вугільної продукції», «збутова діяльність як процес логістичної діяльності» та «управління збутовою діяльністю вугільного підприємства»;
- систематизувати напрями вдосконалення організації збутової діяльності промислових підприємств;
- виходячи з особливостей функціонування підприємств вугільної промисловості, розробити пропозиції щодо підвищення ефективності управління збутовою діяльністю на основі поліпшення договірної роботи з різними категоріями споживачів вугільної продукції.

Виклад основного матеріалу дослідження

Аналіз наукової літератури свідчить про існування різноманіття точок зору вчених до визначення змісту терміна «збут продукції» (табл. 1).

Таблиця 1. Визначення терміна «збут продукції»

Зміст	Джерело
«Комплекс дій, пов'язаних з просуванням готової продукції до споживача і задоволенням потреб останнього»	[5]
«Цільовий процес організації ринкових зв'язків між виробниками, торговельними посередниками та кінцевими споживачами з приводу руху товару для реалізації економічних інтересів суб'єктів даного процесу»	[6, С. 84]
«Колективні зусилля по забезпеченню продажу товарів оптовим покупцям, зміцненню відносин з ними і задоволенню їх потреб в послугах»	[7, С. 242]
«Процес обміну виготовлених підприємством товарів на гроші (продажу товарів) з метою задоволення потреб споживачів і одержання економічної вигоди»	[8, С. 70]
«Складова частина комерційної діяльності підприємства, що пов'язана з прийняттям виробничих, фінансових, мотиваційних рішень»	[9, С. 21]
«Системная деятельность в сфере товарных отношений, формирующая инфраструктуру рынка, предназначение которой – организация продаж и осуществление в этом направлении процесса проведения товаров от производителя к покупателю, где основной целью ставятся наиболее полное удовлетворение потребителей и обеспечение прибыли изготовителей продукции (участников товарного обмена)»	[10, С. 146]
«Здійснення акту продажу з фізичним розподілом товарів з місць виробництва в місця споживання по каналам фізичного розподілу»	[11, С. 187]

На думку О.О. Владиченка, збут вугільної продукції необхідно розглядати «не як форму реалізації вугільної продукції, а як діяльність вугледобувних і вуглепереробних підприємств, здійснення якої можливо в таких формах, як оптова та роздрібна торгівля вугільної продукції» [12, С. 80].

На основі узагальнення наукових джерел систематизовано підходи науковців до терміна «збут продукції» за 7 класифікаційними ознаками (рис. 1).

На підставі проведення багаторічних наукових розробок з уточнення понятійного апарату з проблем управління логістичною діяльністю на промислових підприємствах та враховуючи особливості обслуговування споживачів вугільної продукції [13-19] уточнено зміст терміна «збут вугільної продукції», який на відміну від існуючих розглядається як вид господарської діяльності вугільного підприємства, що пов'язано з процесом реалізації вугілля з метою задоволення попиту різних категорій споживачів (велико-, середньо- та дрібнооптових).



Рис. 1. Різні наукові підходи до визначення змісту терміна «збут продукції»

Аналіз наукових джерел [8, 20-21] свідчить, що єдиного підходу до визначення змісту поняття «збутова діяльність» не існує. Більшість науковців відзначає, що збутова діяльність здійснюється з

метою одержання максимальних прибутків через систему прогностичних, аналітичних, організаційних, маркетингових, інформаційних, контролюючих та інших заходів (табл. 2).

Таблиця 2. Визначення терміна «збутова діяльність»

Зміст	Джерело
«Сукупність всієї функціональної діяльності, яка здійснюється після завершення виробничої стадії (по закінченню виготовлення продукції) до безпосереднього продажу товару покупцеві, доставки його споживачеві й після продажного обслуговування»	[8, С. 136]
«Система заходів з ефективного фізичного переміщення продукції»	[20, С. 79]
«Процес просування готової продукції на ринок та організацію товарного обміну з метою одержання підприємницького прибутку»	[21, С. 165]

Узагальнюючи різні наукові підходи та базуючись на визначених специфічних особливостях функціонування підприємств вугільної промисловості [22, С. 84, 85], уточнено зміст терміна «збутова діяльність вугільного підприємства», під яким на відміну від існуючих розуміється процес логістичної діяльності, що пов'язано з реалізацією комплексу завдань:

- аналіз та прогнозування обсягів відвантаження вугілля різним категоріям споживачів (велико-, середньо- та дрібнооптовим);
- вивчення кон'юнктури ринків вугілля;
- SWOT-аналіз конкурентів та споживачів;
- розробка планів збуту вугільної продукції та стратегічних програм маркетингової діяльності;
- оформлення заявок на поставку вугілля та визначення умов оплати;
- укладання договорів на поставку вугільної продукції велико-, середньо- та дрібнооптовим споживачам;
- розробка методики вибору раціональних каналів збуту;
- організація митних процедур при відвантаженні вугільної продукції на експорт та оформлення відповідної документації з використанням інформаційних технологій;
- облік та аналіз витрат на збут;

— контроль сплати за відвантажене вугілля споживачам.

Як свідчить аналіз 22 наукових джерел, 63,6% вчених під управлінням збутовою діяльністю розуміють організацію збуту готової продукції споживачам; 31,8% – формування політики просування та стимулювання збуту; 13,6% – організацію зовнішньоекономічної та митної діяльності; 4,5% – організацію договірної роботи зі споживачами на поставку, каналів розподілу, формування портфеля договірних зобов'язань.

Базуючись на концептуальних положеннях виведених термінів «логістика», «логістична діяльність промислового підприємства», «управління логістичною діяльністю промислового підприємства» та узагальнюючи результати наукових досліджень [13-19, 22], у даній статті пропонується визначити зміст терміна «управління збутовою діяльністю вугільного підприємства», який на відміну від існуючих розглядається як безперервний системний замкнутий процес, що здійснюється через реалізацію всього переліку функцій управління (прогнозування, планування, організація, облік, контроль, аналіз та регулювання) процедурами відвантаження вугільної продукції різним категоріям споживачів.

На основі узагальнення різних підходів науковців систематизовано напрями вдосконалення організації збутової діяльності (рис. 2).

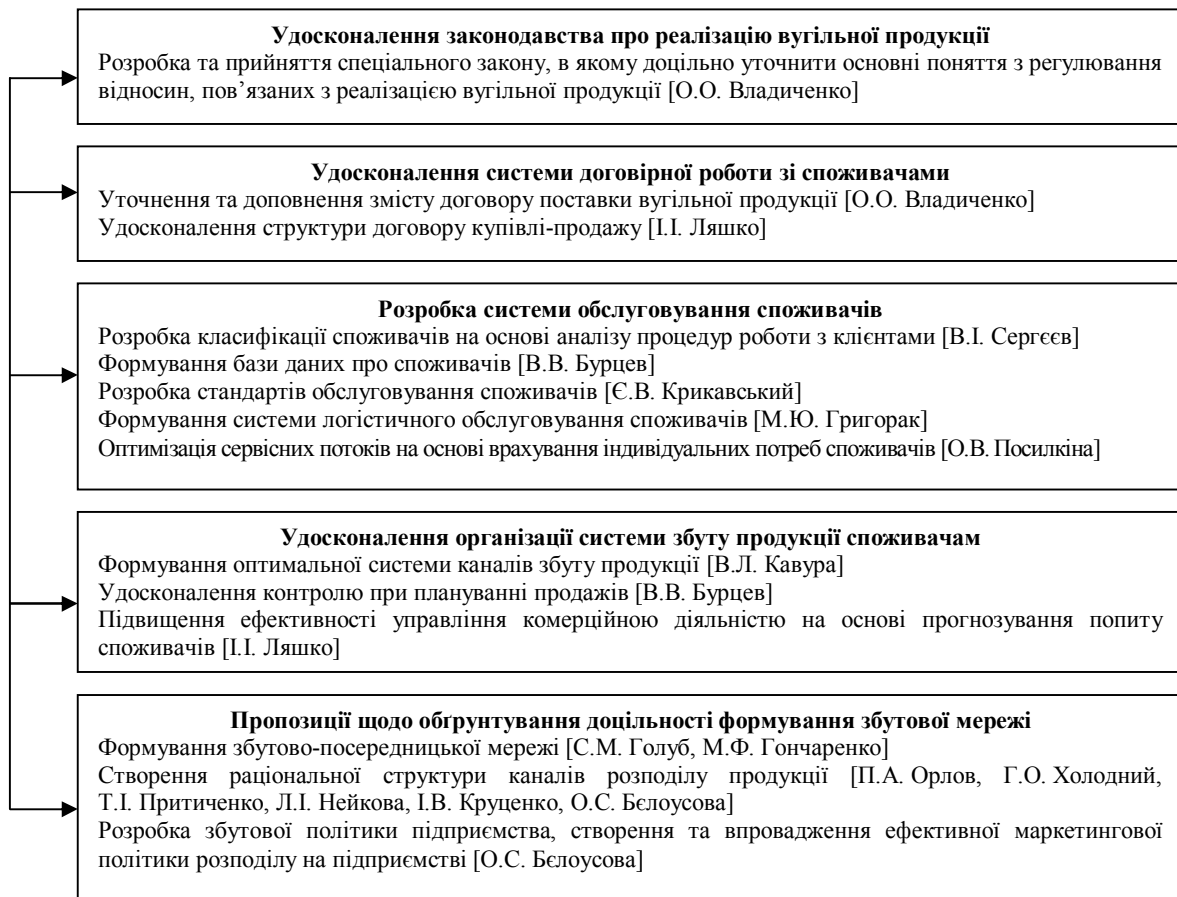


Рис. 2. Систематизація наукових підходів до визначення напрямів удосконалення організації збутової діяльності промислових підприємств

Виходячи з специфічних особливостей функціонування вугільних підприємств розроблено пропозиції щодо підвищення ефективності управління збутовою діяльністю на основі поліпшення договірної роботи з різними категоріями споживачів вугільної продукції.

До специфікації договорів на поставку вугільної продукції доцільно включити такі пункти:

- прогнозування обсягів відвантаження вугільної продукції споживачам;
- прийом замовлень на вугільну продукцію, укладання договорів на поставку;
- процедури узгодження термінів поставок, умови оплати за вугільну продукцію;
- вибір виду транспорту, укладання договорів на транспортне обслуговування з вантажно-транспортним управлінням або автотранспортним підприємством;
- формування графіків транспортування з урахуванням часу в дорозі та часу розвантаження вагонів та автомобільних засобів;
- застосування стягнень штрафних санкцій із споживачів у випадку їх несвоечасної відмови від замовлення на поставку продукції.

Дослідження показали, що при організації договірної роботи зі споживачами існує певна

специфіка, яку потрібно враховувати. Так, при оформленні договорів на поставку вугільної продукції великооптовим споживачам доцільним є включення такого пункту, як відстрочка платежів або 30-50% передплати за відвантажене вугілля. Відмінністю договору на поставку вугільної продукції середньооптовим споживачам має бути те, що умовою оплати є стовідсоткова передплата, а також вибір виду транспортного засобу залежно від обсягів відвантаження. Особливістю договору на поставку вугілля дрібнооптовим споживачам є стовідсоткова передплата за надані послуги «вугілля плюс поставка» або «вугілля без поставки».

Доцільно також уточнити та доповнити зміст договорів на поставку вугільної продукції. Практика свідчить, що, як правило, в ситуації, коли споживачі несвоечасно відмовляються від замовленої вугільної продукції, підприємство сплачує за послуги вантажно-транспортного управління, використання, подання та прибирання вагонів. У зв'язку з цим у договори на поставку слід включити такий пункт: у випадках, коли споживачі несвоечасно відмовляються від замовленої вугільної продукції, вони сплачують підприємству витрати, які пов'язано з оплатою послуг вантажно-транспортного управління за використання, подання та прибирання вагонів.

Висновки

На основі дослідження запропоновано напрями вдосконалення організації збутової діяльності вугільних підприємств:

- проведення маркетингових досліджень з метою аналізу кон'юнктури ринку вугільної продукції; пошук нових сегментів ринку збуту вугілля;
- удосконалення організації дистрибуції на основі впровадження сучасних інформаційних технологій DRP (система планування розподілу продукції) та DRPII (система планування розподілу ресурсів) [19];
- розробка методики вибору ефективних каналів збуту на основі спеціального програмного забезпечення для здійснення розрахунків за допомогою економіко-математичних методів;
- розробка методів обліку запасів із застосуванням програмного забезпечення та систем електронного документообігу для ефективного управління запасами;
- розширення складських площ для зберігання запасів вугільної продукції;
- удосконалення процесів обслуговування різних категорій споживачів вугільного підприємства на основі впровадження програмних комплексів для здійснення електронної торгівлі та CRM (управління відносинами з клієнтами) – інформаційних технологій, які надають функціональні можливості для автоматизації повного циклу відносин зі споживачами та забезпечують необхідні засоби для управління сферами маркетингу, сервісу тощо;
- застосування автоматизованої обробки документів для оформлення процесу транспортування вантажів;
- укладання довгострокових договорів на поставку вугільної продукції, у яких має бути зазначено про стягнення штрафних санкцій у випадку відмови від замовлення на поставку.

Розрахунки показали, що очікуваний ефект від реалізації заходів з удосконалення управління збутовою діяльністю на одному з обстежених вугільних підприємств може досягти 46,6 тис. грн. у результаті економії витрат на збутову діяльність, а на іншому підприємстві – 52,79 тис. грн. через

економію витрат на транспортування вугільної продукції на основі скорочення рівня витрат на оплату послуг вантажно-транспортного управління, подання та убирання вагонів у результаті їх раціонального використання за вантажопідйомністю; зменшення часу простоїв вагонів під час вантаження вугілля; підвищення рівня узгодженості графіків руху вагонів та формування оптимальних маршрутів транспортних засобів.

Отже, наукова новизна одержаних результатів дослідження полягає у розробці пропозицій щодо вдосконалення управління збутовою діяльністю вугільних підприємств з логістичної точки зору.

До основних елементів наукової новизни дослідження відноситься:

- уточнено зміст термінів «збут вугільної продукції», «збутова діяльність як процес логістичної діяльності» та «управління збутовою діяльністю вугільного підприємства»;
- систематизовано напрями вдосконалення організації збутової діяльності промислових підприємств за 5 класифікаційними ознаками: удосконалення законодавства про реалізацію вугільної продукції; поліпшення системи договірної роботи зі споживачами; формування збутової мережі; розробка системи обслуговування споживачів; підвищення ефективності організації системи збуту продукції споживачам;
- виходячи з особливостей функціонування підприємств вугільної промисловості, розроблено пропозиції щодо підвищення ефективності управління збутовою діяльністю на основі підвищення рівня обслуговування різних категорій споживачів та поліпшення договірної роботи.

Практична значущість результатів дослідження полягає у тому, що запропоновані пропозиції щодо вдосконалення управління збутовою діяльністю можна використовувати в діяльності різних промислових підприємств.

Перспективи подальших наукових розробок. Планується розробити пропозиції щодо підвищення якості обслуговування різних категорій споживачів вугільної продукції.

Список літератури:

1. Неруш Ю.М. Логістика / Ю.М. Неруш. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 390 с.
2. Логістичний менеджмент фармацевтичного виробництва: монографія / О.В. Посилкіна, Р.В. Сагайдак-Нікітюк, Г.В. Загорій та ін.; за заг. ред. О.В. Посилкіної. – Харків: Нац. фармацевтичний ун-т, 2011. – 272 с.
3. Гаджинский А.М. Логістика / А.М. Гаджинский. – 20-е изд., перераб. и доп. – М.: Дашков и К0, 2012. – 484 с.
4. Економіка логістики / С.В. Крикавський, О.А. Похильченко, Н.В. Чернописька, О.С. Костюк, Н.Б. Савіна, С.М. Нікшич, Л.Я. Якимішин; за заг. ред. С.В. Крикавського, О.А. Похильченко. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014. – 640 с.
5. Гаврилко П.П. Економічний зміст збуту продукції / П.П. Гаврилко // Економіка. Управління. Інновації: електронне наукове фахове видання. – 2012. – № 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2012_1_11.pdf.

6. Падухевич О.В. Місце та роль збуту в загальній системі управління підприємством / О.В. Падухевич // Науковий вісник Одеського державного економічного університету. – 2009. – № 9 (87). – С. 82–90.
7. Ляшко І.І. Застосування комерційно-посередницького менеджменту у маркетинговій політиці розподілу / І.І. Ляшко // Маркетинг підприємств та територій: зб. наук. праць. – Сер. Економіка. – Т. IX. – Вип. 112. – Донецьк: Донецький держ. ун-т управління, 2008. – С. 240–247.
8. Притиченко Т.І. Комерційна діяльність підприємств / Т.І. Притиченко, В.М. Щетинін. – Харків: Харківський нац. економічний ун-т, 2010. – 320 с.
9. Орлов П.А. Збутова діяльність промислових підприємств: теорія та напрямки розвитку: монографія / П.А. Орлов, Г.О. Холодний, М.А. Борисенко, Т.І. Притиченко, Н.І. Алдохіна, В.І. Рожко, В.Г. Щербак, В.Ю. Маврїду. – Харків: Харківський нац. економічний ун-т, 2008. – 232 с.
10. Гончаренко М.Ф. Организация системы сбыта продукции на промышленных предприятиях с учетом отраслевых особенностей рынка / М.Ф. Гончаренко // Економічний вісник Донбасу. – 2011. – № 2. – С. 146–149.
11. Окландер М.А. Логістика / М.А. Окландер. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 346 с.
12. Владиченко О.О. Щодо законодавчого закріплення поняття реалізації вугільної продукції / О.О. Владиченко // Форум права. – 2011. – № 4. – С. 77–82.
13. Коніщева Н.Й. Управління логістичною діяльністю промислових підприємств / Н.Й. Коніщева, Н.В. Трушкіна // Економіка промисловості. – 2005. – № 1. – С. 114–123.
14. Коніщева Н.Й. Управління логістичною діяльністю вугільного підприємства / Н.Й. Коніщева, Н.В. Трушкіна // Вісник Тернопільської академії народного господарства. – 2005. – № 4. – С. 57–66.
15. Коніщева Н.Й. Управління логістичною діяльністю як чинник підвищення ефективності використання стратегічного потенціалу вугільного підприємства / Н.Й. Коніщева, Н.В. Трушкіна // Вісник Хмельницького національного університету. – 2005. – № 6. – Т. 1. Економічні науки. – С. 10–15.
16. Коніщева Н.Й. Управління логістичною діяльністю підприємств: навч. посіб.: Рекомендовано Міністерством освіти і науки України / Н.Й. Коніщева, Н.В. Трушкіна. – Донецьк: Донецький ін-т психології і підприємництва, 2008. – 216 с.
17. Коніщева Н.Й. Управління матеріальними потоками на промисловому підприємстві: уточнення термінології / Н.Й. Коніщева, Н.В. Трушкіна // Збірник наукових праць Донецького державного університету управління. – Сер. Економіка підприємства. – Донецьк: Донецький держ. ун-т управління, 2010. – С. 43–57.
18. Коніщева Н.Й. Удосконалення процесів обслуговування різних категорій споживачів / Н.Й. Коніщева, Н.В. Трушкіна // Економіка промисловості. – 2010. – № 2. – С. 83–91.
19. Коніщева Н.Й. Напрями удосконалення управління логістичною діяльністю на промислових підприємствах / Н.Й. Коніщева, Н.В. Трушкіна // Економіка. Управління. Інновації. – 2011. – № 2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2011_2_21.pdf.
20. Белоусова О.С. Оцінювання ефективності збутової діяльності в рамках маркетингової політики розподілу промислового підприємства / О.С. Белоусова, О.Л. Клименко, К.В. Лещина // Держава та регіони. – Сер. Економіка та підприємництво. – 2011. – № 4. – С. 78–81.
21. Кислий В.М. Логістика: теорія та практика / В.М. Кислий, О.А. Біловодська, О.М. Олефіренко, О.М. Смоляник. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 360 с.
22. Коніщева Н.Й. Формування організаційної структури управління логістичною діяльністю промислового підприємства: параграф 2.1 / Н.Й. Коніщева, Н.В. Трушкіна // Методичні аспекти прийняття рішень щодо розвитку підприємств окремих галузей: розділ 2 // Системи прийняття рішень в економіці, техніці та організаційних сферах: від теорії до практики: колективна монографія / За заг. ред. Л.М. Савчук. – Т. 1. – Павлоград: Арт Синтез-Т, 2014. – С. 78–98.

Надано до редакції 14.04.2015

Трушкіна Наталія Валеріївна / Nataliia V. Trushkina
trushkina1979@ukr.net

Посилання на статтю / Reference a Journal Article:

Напрями вдосконалення управління збутовою діяльністю вугільних підприємств [Електронний ресурс] / Н. В. Трушкіна // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2015. – № 3 (19). – С. 194-199. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2015/n3.html>