

ПОКРАЩЕННЯ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗА ДОПОМОГОЮ ЗОВНІШНЬОГО ІНВЕСТУВАННЯ НА ТОВ «АЙС ЗАПОРІЖЖЯ»

У статті запропоновано план покращення збутової діяльності на ТОВ «Айс Запоріжжя» за допомогою інвестицій; оцінено ефективність інвестиції в будівництво кафе; розглянуті варіанти отримання інвестицій; проаналізовано фінансову стійкість підприємства та розраховано можливий прибуток ТОВ «Айс Запоріжжя» з огляду на отримання прибутку кафе та додаткових витрат. На основі методу аналізу ліквідності балансу підприємства проаналізовано можливість зовнішнього інвестування та доведено його доцільність. За допомогою методу мережевого планування розраховано послідовність в впровадженні нововведень запланованих робіт.

Ключові слова: збут, маркетинг, канал збуту, збутова діяльність, управління, збутова політика, товар, продаж, інвестиції, ефективність інвестицій, фінансова стійкість, нововведення.

Постановка проблеми. Насичення абсолютно всіх ринків товарами такою мірою, що компаніям доводиться буквально битися за покупців, приводить до розуміння виняткової ролі збуту в діяльності підприємства. Продукція або послуга, вироблена підприємством, повинна бути оптимальним чином продана: тобто, з урахуванням всіх переваг і побажань клієнтів, і з отриманням найбільшої вигоди. Тому головною задачею будь-якого підприємства – ідеальним чином сумістити бажання клієнтів і власні виробничі можливості. В цьому випадку у нього буде можливість довести покупцю незаперечні переваги свого товару або послуги.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам збутової діяльності та управлінню нею у своїх працях відповідну увагу приділяють такі зарубіжні вчені, як Грант Стюарт, Дж. Болт, А. Стиркланд, Ель-Ансарі Адель, Е. Кофлан, Д. Ланкастер, Д. Джоббер та ін. Окремі аспекти збутової діяльності досліджують Г. Армстронг, П. Дойль, Ф. Котлер, А. Романов та ін. Вагомий внесок у дослідження проблем збутової діяльності зробили вітчизняні вчені: Л. Балабанова, А. Балабаниць, О. Кузьмін, Є. Ромат, О. Майборода, Н. Гарнавська, Р. Ларіна та ін. В працях цих та інших українських науковців достатньо глибоко досліджено структуру збутової системи, принципи її функціонування, основні засади використання маркетингових комунікацій. Проте ще досить велика кількість компонентів збутової діяльності не підлягала дослідженню.

Мета статті полягає у виявленні основних проблем діяльності підприємства та запропонувати покращення збутової діяльності за допомогою зовнішніх інвестиційних вкладень підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Маркетингова політика підприємства знаходиться на низькому рівні. Фінансовий стан ТОВ «Айс Запоріжжя» є збитковим, за рахунок чого економічна небезпека діяльності підприємства знаходиться під загрозою: більшість показників діяльності не відповідають нормативним нормам. При цьому виробничі потужності простоюють, підприємство могло б розширити виробництво та ринок збуту.

Пропонуємо впровадити мережу з чотирьох кафе в місті Запоріжжі для реалізації морозива ТОВ «Айс Запоріжжя». Для цього розглянемо 2 варіанти: варіант будівництва власних приміщень та варіант орендованих площ.

Для будівництва 4 кафе загальною площею по 60 кв.м. було отримано приблизний кошторис, що враховує вартість землі, та будівництва з нуля. Сума інвестицій, необхідна для будівництва усіх кафе оцінена у 211 400 тис. грн. Оцінимо цю інвестицію за допомогою показника чистої поточної вартості.

Вихідні дані для оцінки ефективності інвестиції в будівництво наведено у таблиці 1.

Визначимо обсяг грошових коштів. Для визначення прибутку було допущено, що у кожному кафе на протязі дня буде продано 50 кг морозива за існуючою сере-



дної ціною 33,81 грн./кг., а також на протязі року буде проведено 60 свят (8 місць) вартістю 1000 грн. Доход від реалізації то-

вару дорівнюватиме: $50 \text{ кг} * 360 \text{ днів} * 4 \text{ кафе} * 33,81 \text{ грн.} + 60 \text{ днів} * 1000 \text{ грн.} * 4 \text{ кафе} = 2\,674,32 \text{ тис. грн.}$

Т а б л и ц я 1

Вихідні дані для оцінки ефективності інвестиції в будівництво

Показники	Значення показника
Ціна одиниці продукції, тис. грн	33,81
Змінні витрати на виробництво одиниці продукції, тис. грн	0,5
Річні постійні витрати без обліку амортизації основних фондів, тис. грн	15
Початкові інвестиційні витрати, тис. грн., у тому числі в основні фонди	211400
Термін реалізації проекту, років	3
Проектна дисконтна ставка, %	10

Джерело: розроблено автором

Приведемо динаміку показника поточної чистої вартості на рис. 1.

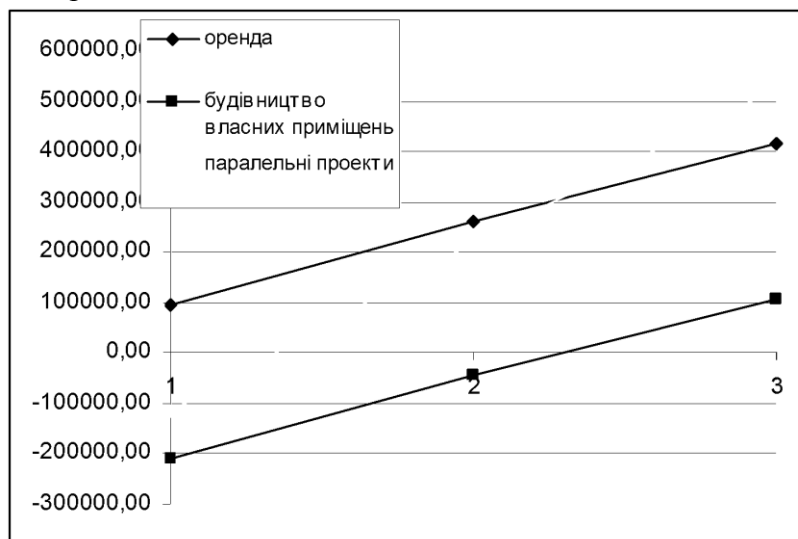


Рис. 1. Динаміка показника поточної чистої вартості інвестиційного проекту
Джерело: розроблено автором

За розрахунками видно, що для підприємства найвигідніше зайнятися будівництвом власних кафе та одночасно орендувати приміщення кафе.

При цьому ТОВ «Айс Запоріжжя» повинне випускати на 144000 кг більше морозива. Основні засоби підприємства на кінець 2014 року використовуються майже на 65%, тому збільшення виробництва на такий обсяг є можливим для підприємства.

ТОВ «Айс Запоріжжя» виготовляє 200 кг морозива в різках за добу. Ріжків при цьому необхідно 2000 шт за добу. А виготовлятися вони можуть з інтенсивністю $\lambda = 20000$ шт. Витрати на підготовку виробництва партії різків складають 610 грн., собівартість виробництва 1

тис. порцій різків дорівнює 100 грн. Зберігання вафельних стаканчиків на складі коштуватиме підприємству в 18 грн. за кожен тисячу за добу. При закупці вафельних різків в Італії ціна на них становитиме 400 грн. за 1 тис. шт. Вартість доставки дорівнює 2000 грн.

Ситуація покупки різків описується моделлю Уілсона, при цьому параметри моделі мають наступні значення. В якості одиниці товару приймемо тисячу штук вафельних різків. Інтенсивність використання запасу різків співпадає з інтенсивністю виробництва морозива в різках, тобто $v = 2$ тис.шт./добу. Витрати на зберігання різків на складі $s = 1,8$ грн./добу*тис.шт. Витрати на доставку партії різків $K = 2\,000$



грн.

Оптимальний обсяг закупівлі вафельних ріжків визначаємо за формулою

$$Q_{\zeta}^* = \sqrt{\frac{2Kv}{s}} = \sqrt{\frac{2 \cdot 2000 \cdot 2}{1,8}} = 67 \quad (1)$$

Витрати на управління запасами ріжків складаються в даному випадку з витрат на їх закупку L_1 , доставку та зберігання L_2 . Всі ці витрати визначаються в розрахунку на одиницю часу, тобто добу. Витрати на покупку можна визначити, виходячи з добового використання ріжків v та їх ціни 400 грн./тис.шт.

$$L_1 = 400 \cdot v = 400 \cdot 2 = 800 \text{ грн./добу}$$

Витрати на доставку та зберігання ріжків визначимо за формулою

$$L_2 = K \frac{v}{Q} + s \frac{Q}{2} = 2000 \cdot \frac{32}{240,37} + 1,8 \cdot \frac{240,37}{2} = 482,59 \text{ грн./добу} \quad (2)$$

Таким чином, загальні витрати на управління запасами у випадку купівлі ріжків

$$L_W = L_1 + L_2 = 800 + 482,69 = 1282,69 \text{ грн./добу}$$

Розглянемо варіант виробництва ріжків на ТОВ «Айс Запоріжжя», в цьому випадку необхідно використати модель економічного розміру партії. Оптимальний обсяг виробництва ріжків визначаємо за формулою:

$$Q_{np}^* = \sqrt{\frac{2Kv\lambda}{s(\lambda - v)}} = \sqrt{\frac{2 \cdot 2000 \cdot 2 \cdot 20}{1,8(20 - 2)}} = 400 \text{ тис.шт./добу.} \quad (3)$$

Витрати на управління запасами складаються з витрат на виробництво L_3 , а також на підготовку виробництва ($K=610$ грн.) та зберігання ріжків L_4 . Витрати на виробництво визначаємо, виходячи з добового використання ріжків v и собівартості виробництва 100 грн./тис.шт., тобто

$$L_3 = 100 \cdot v = 100 \cdot 2 = 200 \text{ грн./добу.}$$

Витрати на підготовку виробництва та зберігання ріжків визначаємо за формулою

$$L_4 = K \frac{v}{Q} + s \frac{Q(\lambda - v)}{2\lambda} = 610 \cdot \frac{2}{400} + 1,8 \cdot \frac{400(20 - 2)}{2 \cdot 20} = 327,05$$

грн./добу. (4)

Таким чином, загальні витрати на управління запасами у випадку виробництва ріжків

$$L_{\zeta} = L_3 + L_4 = 200 + 327,05 = 527,05 \text{ грн./добу.}$$

Порівнявши $L_W = 1282,69$ грн./добу и $L_{\zeta} = 527,05$ грн./добу, робимо висновок, що ТОВ «Айс Запоріжжя» вигідніше виробляти, аніж купувати вафельні ріжки.

Це цілком вірогідний сценарій, оскільки попередній аналіз показав невикористання в достатній мірі основних засобів та складських приміщень на підприємстві.

Для отримання інвестицій було проаналізовано ліквідність балансу та фінансову стійкість ТОВ «Айс Запоріжжя». За даними баланс 2012 року на ТОВ «Айс Запоріжжя» не є абсолютним ліквідним.

Розрахуємо можливий прибуток ТОВ «Айс Запоріжжя» з огляду на отримання прибутку кафе та додаткових витрат, а саме:

- налагодження простоючого обладнання;
- заробітна плата робочих для виготовлення морозива для кафе (7 осіб з середньою продуктивністю 1 т морозива на робочий тиждень), налагоджувальника (1 особа, оскільки норма обслуговування для одного налагоджувальника – до 10 верстатів, а маємо 7 шт.), маркетологів (2 особи) (рис. 2). За розрахованими даними та гістограмами на рисунку можна зробити висновок, що впровадження запропонованого проекту по зовнішньому інвестуванню ТОВ «Айс Запоріжжя» для створення мережі кафе–морозива є рентабельним.

За допомогою методу мережевого планування розрахуємо послідовність в впровадженні нововведень та мінімальний термін виконання запланованих робіт. Для цього закодуємо необхідні види робіт наступним чином:

– перша гілка робіт (будівництво):

- а) 1 – 2 – покупка землі під будівництво, що включає в себе отримання дозволів, покупка, оформлення покупки земельної ділянки в Земельному кадастрі області;



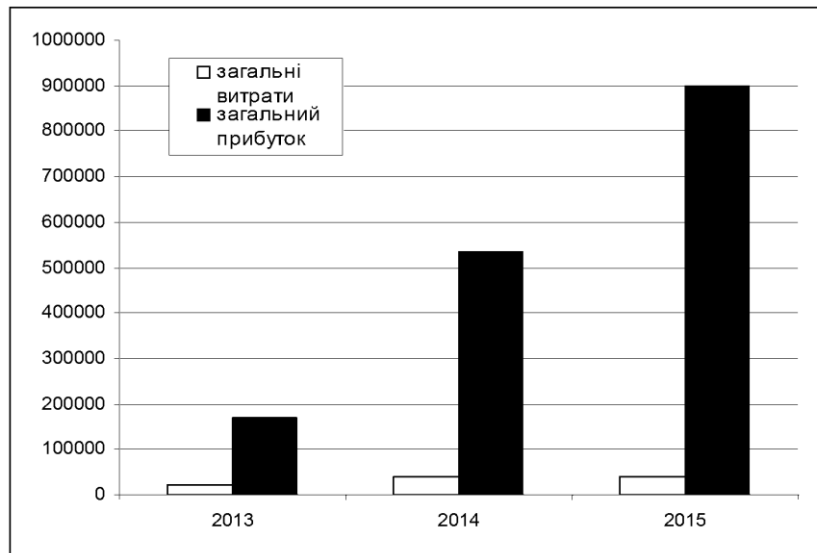


Рис. 2. Прогнозований прибуток запропонованого проекту, тис. грн.

Джерело: розроблено автором

б) 2 – 4 – оформлення договорів під будівництво;

в) 4 – 6 – оформлення договорів з будівельниками (проведення тендеру з будівельними підприємствами, вибір будівельників, попередня закупка усіх необхідних будівельних матеріалів, що повністю забезпечать небезперервну роботу будівництва тощо);

г) 6 – 7 – будівництво (введення коробок будівель, зовнішні роботи);

д) 7 – 8 – обладнання магазинів (внутрішні роботи, закупівля та встановлення необхідного торговельного обладнання та обладнання кафе), прийом персоналу по обслуговуванню кафе;

– друга гілка робіт (налагодження випуску вафельних стаканчиків:

а) 1 – 3 – налагодження основних виробничих фондів, що простоювали;

б) 3 – 5 – закупівля додаткової сировини, прийом нових кадрів для роботи на виробництві вафельних стаканчиків;

в) 5 – 7 – запуск виробництва на склад (не очікуючи остаточного оформлення магазинів під торгівлю);

– третя гілка (робота орендованих площ):

а) 1 – 8 – обладнання орендованих магазинів (внутрішні роботи, закупівля та встановлення необхідного торговельного обладнання та обладнання кафе, прийом персоналу по обслуговуванню кафе).

Внесемо початкові дані до таблиці, врахувавши необхідний час для їх виконання у тижнях (час обраний приблизний, не враховуючи час на форс-мажорні події сьогодні) (табл. 2).

Т а б л и ц я 2

Мережева модель за допомогою кодування робіт

Номера заходів		Код роботи	Тривалість роботи в тижнях
початкового	кінцевого		
1	2	(1,2)	6
1	3	(1,3)	5
1	8	(1,8)	16
2	4	(2,4)	9
3	5	(3,5)	10
4	6	(4,6)	12
5	7	(5,7)	11
5	8	(5,8)	3
6	7	(6,7)	14
7	8	(7,8)	15

Джерело: розроблено автором

Знайдемо ранній термін початку роботи за формулою:

$$T_{\delta}(i) = \max [T_{\delta}(k) + t(k, i)]$$

$$T_p(1) = 0$$



Складемо початкову схему (рис. 3).

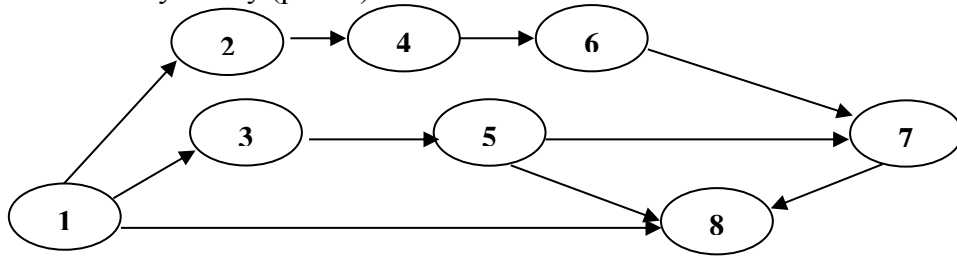


Рис. 3 Схема мережевого моделювання

Джерело: розроблено автором

$$T_p(1,2) = 0 + 6 = 6$$

$$T_p(1,3) = 0 + 5 = 5$$

$$T_p(2,4) = 6 + 9 = 15$$

$$T_p(3,5) = 5 + 10 = 15$$

$$T_p(4,6) = 15 + 12 = 27$$

$$T_p(7) = \max \left\{ \begin{array}{l} 27 + 14 = 41 \\ 15 + 11 = 26 \\ 15 + 3 = 18 \end{array} \right\} = 41$$

$$T_p(8) = \max \left\{ \begin{array}{l} 41 + 15 = 56 \\ 0 + 16 = 16 \end{array} \right\} = 56$$

Знайдемо пізній термін початку роботи за формулою:

$$T_n(i) = \min [T_n(j) - t(i, j)]$$

$$T_n(8) = 56$$

$$T_n(8,7) = 56 - 15 = 41$$

$$T_n(5) = \min \left\{ \begin{array}{l} 56 - 3 = 53 \\ 41 - 11 = 30 \end{array} \right\} = 30$$

$$T_n(6,7) = 41 - 14 = 27$$

$$T_p(4,6) = 27 - 12 = 15$$

$$T_p(2,4) = 15 - 9 = 6$$

$$T_p(3,5) = 40 - 10 = 30$$

$$T_p(4,6) = 37 - 12 = 25$$

$$T_n(1) = \min \left\{ \begin{array}{l} 6 - 6 = 0 \\ 30 - 5 = 25 \\ 56 - 16 = 40 \end{array} \right\} = 0$$

Отримані дані занесемо до табл. 3 та визначимо повний та вільний резерви часу для кожної ділянки за формулами 7 та 8:

$$R_n(i, j) = T_n(j) - T_p(i) - t(i, j). \quad (7)$$

$$R_p(i, j) = T_p(j) - T_p(i) - t(i, j). \quad (8)$$

Критичний шлях 1 - 2 - 4 - 6 - 7 - 8; час, необхідний на виконання завдання дорівнює 56 тижнів.

Тобто, найбільш оптимальним при створенні мережі магазинів-кафе ТОВ «Айс Запоріжжя» є варіант, коли основною гілкою діяльності буде будівництво нових приміщень кафе, а лінії виробництва вафельних стаканчиків та торгівлі на нових орендних площах – додатковими.

Таблиця 3

Часові параметри робіт

(i, j)	t(i, j)	T _{рп} (i, j)	T _{ро} (i, j)	T _{пн} (i, j)	T _{по} (i, j)	R _п (i, j)	R _с (i, j)
(1,2)	6	0	6	0	6	0	0
(1,3)	5	0	5	25	30	25	25
(1,8)	16	0	16	56	40	56	24
(2,4)	9	6	15	6	15	0	0
(3,5)	10	5	15	30	40	25	25
(4,6)	12	15	27	15	27	0	0
(5,7)	11	15	26	41	30	26	4
(5,8)	3	15	18	53	56	38	38
(6,7)	14	27	41	27	41	0	0
(7,8)	15	41	56	41	56	0	0

Джерело: розроблено автором

Висновки та перспективи подальших досліджень. Для удосконалення збутової діяльності ТОВ «Айс Запоріжжя» запропоновано: за допомогою інвестиційних мо-

делей та розрахунку коефіцієнта NPV рентабельність варіанту одночасного будівництва нових приміщень кафе та торгівлі в орендованих приміщеннях; за допомогою моделі Уілсона встановлено, що виробництво вафельних





стаканчиків для нових обсягів морозива вигідніше за закупівлю цього ж товару; проаналізовано (метод аналізу ліквідності балансу підприємства) можливість зовнішнього інвестування та доведено його доцільність; розраховано можливий прибуток на перші три роки існування мережі кафе; побудовано мережевий план впровадження даних заходів за теорією мережевого планування, який показав, що основною гілкою діяльності необхідно визначити будівництво нових приміщень кафе, а лінії виробництва вафельних стаканчиків та торгівлі на нових орендних площах – додатковими гілками. Ці заходи допоможуть ТОВ «Айс Запоріжжя» стати високоліквідним та рентабельним підприємством.

Література

1. Балацький О.Ф. Управління інвестиціями: навч. Посібник / О.Ф. Балацький, О. М. Теліженко, М.О. Соколов. – 2-ге вид., – Суми: ВТД «Університетська книга», 2004. – 232 с.
2. Конюховский П.В. Математические методы исследования операций в экономике / П.В. Конюховский. – СПб.: Питер, 2010. – 208 с.
3. Кривов'язок І.В. Антикризове управління підприємством: навч. посіб. / І. В. Кривов'язок– К.: Кондор, 2008. – 266 с.

Крайник О. М.

Улучшения сбытовой деятельности за помощью внешнего инвестирования на ООО «Айс Запорожье»

В статье предложен план улучшения сбытовой деятельности на ООО «Айс Запорожье» с помощью инвестиций; оценена эффективность инвестиций в строительство кафе; рассмотрены варианты получения инвестиций; проанализированы финансовая устойчивость предприятия и рассчитана возможную прибыль ООО «Айс Запорожье» с учетом получения прибыли кафе и дополнительных расходов. На основе метода анализа ликвидности баланса предприятия проанализирована возможность внешнего инвестирования и доказана его целесообразность. С помощью метода сетевого планирования рассчитано последовательность во внедрении нововведений запланированных работ.

Ключевые слова: сбыт, маркетинг, канал сбыта, сбытовая деятельность, управление, сбытовая политика, товар, продажа, инвестиции, эффективность инвестиций, финансовая устойчивость, нововведения.

Kraynik O.

Improving marketing activities via external investment in LLC "Ice Zaporozhye"

The article proposes an improvement plan of marketing activities in "Ice Zaporizhia" Ltd. through investments; return on investment (ROI) of cafe building was estimated; options of getting investments were considered; financial stability of enterprise was analyzed and possible profit of "Ice Zaporizhia" Ltd. was calculated in view of making a profit and additional costs. The possibility of external investing (analysis method of accounting liquidity in the enterprise) was analyzed and its feasibility was proved. Using the method of network planning, the stage-by-stage process of innovative planned works was designed.

Keywords: merchandising, marketing, distribution channel, marketing activities, management, marketing policy, merchandise, selling, investments, return on investments (ROI), financial stability, innovations.

Рецензент: Семенов А.Г. – доктор економічних наук, професор, директор Інституту економіки Класичного приватного університету, м. Запоріжжя, Україна.

Reviewer: Semenov A. – Professor, Ph.D. of Economics, Director of the Institute of Economics of the Classic Private University, Zaporizhia, Ukraine.

e-mail: dvm@education.zp.ua

4. Маркетинг: підручник / За ред. Азарян О.М. – К.: НМЦВО МОіН України, НВФ «Студцентр», 2003. – 400 с.

5. Маркетинг: підручник / В. Руделиус, О. М. Азарян, О. А. Виноградов та ін.: Ред.-упор. О. І. Сидоренко, П. С Редько. – К.: Навч.-метод. центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2005. – 422 с.

References

1. Balats'kyj O.F. Upravlinnia investytsiyamy: navch. Posibnyk / O.F. Balats'kyj, O.M. Telizhenko, M.O. Sokolov. – 2nd ed, – Sumy: VTD «Universytets'ka knyha», 2004. – 232 s.
2. Koniukhovskiy P.V. Matematycheskye metody yssledovaniya operatsiy v ekonomyke / P.V. Koniukhovskiy. – SPb.: Pyter, 2010. – 208 s.
3. Kryvov'iazok I.V. Antykryzove upravlinnia pidpriemstvom: yavch. posib. / I. V. Kryvov'iazok– K.: Kondor, 2008. – 266 s.
4. Marketynh: pidruchnyk / Za red. Azarian O.M. – K.: NMTsVO MOiN Ukrainy, NVF «Studtsentr», 2003. – 400 s.
5. Marketynh: pidruchnyk / V. Rudelius, O. M. Azarian, O. A. Vynogradov ta in.: Red-upor. O. I. Sydorenko, P. S Red'ko. – K.: Navch.-metod. tsentr «Konsortsium iz udoskonalennia menedzhment-osvity v Ukraini», 2005. – 422 s.

Стаття подана 06.04.2015 р.