

УДК 338 (477)

А. О. Мінаєва, студент
О. В. Долгальова, д.держ.упр., професор

Донбаська національна академія будівництва і архітектури, м. Краматорськ, Україна
nik@donnaba.edu.ua

СУЧАСНА СУТНІСТЬ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

У статті досліджено сучасну роль та сутність процесу управління збутовою діяльністю через призму деталізації категоріального апарату та визначення концептуального відношення до системи менеджменту підприємства..

Ключові слова: збут, підприємство, управління, система менеджменту, товар, діяльність, стратегія, цілі.

А. О. Мінаєва, студент
Е. В. Долгалева, д.гос.упр., професор

Донбасская национальная академия строительства и архитектуры, г. Краматорск, Украина
nik@donnaba.edu.ua

СОВРЕМЕННАЯ СУЩНОСТЬ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье исследована современную роль и сущность процесса управления сбытовой деятельностью через призму детализации категориального аппарата и определения концептуального отношения к системе менеджмента предприятия.

Ключевые слова: сбыт, предприятие, управление, система менеджмента, товар, деятельность, стратегия, цели.

А. О. Minaeva, student
O. V. Dolgaleva, Doctor of Public Administration,
Professor

Donbas National Academy of Civil Engineering and Architecture, Kramatorsk, Ukraine
nik@donnaba.edu.ua

CURRENT ESSENCE OF THE SALES ACTIVITY MANAGEMENT IN THE ENTERPRISE MANAGEMENT SYSTEM

The article investigates the modern role and essence of the management of sales activities through the prism of detailing the categorical apparatus and determining the conceptual attitude to the management system of an enterprise.

Keywords: sales, enterprise, management, management system, product, activity, strategy, goals.

Актуальність дослідження. Особливості діяльності установ, які займаються публічними закупівлями – низький рівень обізнаності та правил проведення тендерів. Через це виникають ризики, пов'язані із спроможністю проведення закупівель, зниженню ряду показників, які характеризують ефективність [1]. Тому дослідження питань показників ефективності роботи установ є актуальним.

Постановка проблеми. Належна організація сучасної підприємницької діяльності вимагає від управлінського апарату оперативності, послідовності, пунктуальності та комунікабельності. Важливу роль в належному дотриманні зазначеним вимогам відведено процесу управління збутовою діяльністю в системі менеджменту підприємства. Дві дані категорії фактично служать основною рушійною силою майбутнього підприємницького потенціалу (в частині належної організації продажу товарів та послуг, розширенню ринків

збуту, створенню стабільної клієнтської бази).

Разом з тим, сучасному підприємництву притаманні високі ризики, мінливість нормативно-правової та методологічної складових господарського процесу. Все це вимагає стабільного моніторингу та модернізації абсолютно усіх механізмів в складі підприємництва (у т.ч. й процесу управління збутовою діяльністю).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемі управління збутовою діяльністю присвячено праці наступних вчених: Одарченко А. М., Одарченко Д. М., Шпик С., Тарасюк А. Д., Россоха В. В., Терент'єва Н. В. Однак вченими основний наголос здійснюється на сутність та роль збуту, організаційно-функціональні складові системи управління збутовою діяльністю, що визначає застарілість даного дослідження та вимагає нового підходу.

Мета дослідження полягає у визначенні сучасної сутності процесу управління збутовою діяльністю на вітчизняних підприємствах.

Виклад основного матеріалу. Будь-яке економічне поняття, явище чи складова в процесі власного вивчення чи дослідження потребують ретельної систематизації категоріального апарату: витoki походження, дискусійність у трактуванні, встановлення об'єкту, суб'єкту та предмету у відповідності до напрямку проведеного дослідження.

Переважна більшість вітчизняних та зарубіжних науковців при постановці досліджень відносно управління збутовою діяльністю, на першу місце ставлять з'ясування сутності поняття «збут». Вони розглядають його з двох точок зору:

- по-перше, збут – це комерційна операція по укладанню угоди купівлі-продажу товару та переходу, на цій основі, права власності на товар від продавця до покупця;
- по-друге, збут це характеристика механізму через визначення індивідуальних його складових від моменту виходу товару зі стадії виробництва до моменту його передачі безпосередньо покупцеві.

Нажаль, в сучасній літературі по дослідженню проблематики управління збутовою діяльністю абсолютно відсутнє належне вивчення даної категорії з точки зору саме цієї економічної категорії та її категоріального апарату.

Спробуємо довести дане твердження дослідивши його через встановлення змістового наповнення досліджень в даній області (табл. 1).

Таблиця 1.

Аналіз змістового наповнення сучасних наукових праць
за напрямом «управління збутовою діяльністю»

№ з/п	Автор та назва статті	Короткий аналіз дослідження
1	Одарченко А.М., Одарченко Д.М. Управління збутовою діяльністю торговельних підприємств [2]	Визначено роль збутової діяльності в господарському процесі торговельних підприємств, критерії підвищення ефективності збутової діяльності.
2	Шпик С. Управління збутовою діяльністю підприємства [6]	У статті авторкою коротко проаналізовано зміст поняття «управління збутовою діяльністю» з точки зору декількох науковців через призму маркетингу. В той же час, авторське визначення досліджуваної категорії побудовано на твердженні, що маркетинг є контрольною функцією менеджменту.

№ з/п	Автор та назва статті	Короткий аналіз дослідження
		В основу категоріального апарату поставлено функції, форми та загальну організаційну структуру процесу управління збутовою діяльністю, інформаційне забезпечення.
3	Тарасюк А.Д. Теоретичні аспекти управління збутовою діяльністю підприємства [4]	В статті автором в індивідуальному порядку наведено визначення понять «управління», «збут підприємством свого товару», «канал збуту». Основний акцент у статті робиться автором на характеристиці основних структурних компонентів організації збутового процесу.
4	Росоха В.В. Управління збутовою діяльністю аграрних підприємств у транзакційному вимірі [3]	У статті автором висвітлюється співвідношення понять «збут» та «транзакційний вимір». Здійснюється логічний аналіз організації сільськогосподарського ринку та роль у ньому процесу збуту, висвітлюються основні характеристики системи товароруку сільськогосподарської продукції, пропонується модель управління ефективністю збутової діяльності сільськогосподарських підприємств.
5	Терент'єва Н.В. Управління збутовою діяльністю в системі управління підприємством [1]	У статті авторкою значна увага приділяється аналізу праць вчених щодо сутності поняття «збутова діяльність». Процес управління збутом на підприємстві характеризується через розроблену систему управління збутовою діяльністю. Як підсумок авторкою узагальнено сучасну проблематику процесу управління збутовою діяльністю промислових підприємств.

Із вище зазначеного слід зробити наступні висновки:

- по-перше, дослідження за напрямом «управління збутовою діяльністю» в працях сучасних вчених у переважній більшості випадків сконцентроване на функціонально-організаційній складовій, що фактично ставить умовні рамки та позбавляє системної послідовності;

- по-друге, досліджуючи категорію «управління збутовою діяльністю» практично усіма дослідниками термінологічний наголос здійснюється саме на трактуванні поняття «збут» та його складових;

- по-третє, у працях фактично відсутній опис єдності усіх складових господарського механізму та управлінського процесу в системі менеджменту підприємства.

На нашу думку, така обставина обумовлює доцільність та гостру необхідність розвитку досліджень в даному напрямку. І зважаючи на зазначене, спробуємо дати власне авторське визначення.

Отже, управління збутовою діяльністю суб'єкта господарювання – це цілеспрямований, послідовний та методично підкріплений процес впливу на його складові

елементи (об'єкт, суб'єкт, функції, цілі, принципи) з метою оптимізації їхнього взаємозв'язку та максимального досягнення цілей та потреб підприємства (як початкової ланки збуту) та споживачів (як кінцевої ланки збуту).

Зважаючи на ту обставину, що управління збутовою діяльністю передбачає індивідуальний підбір стратегії та механізму для кожного конкретно суб'єкту господарювання, що належить до конкретної галузі. Зазначене й обумовлює необхідність врахування сутності та категоріального апарату управління збутовою діяльністю.

До категоріального апарату управління збутовою діяльністю підприємства варто, на нашу думку віднести [5]: об'єкт, суб'єкт, функції, принципи, інструменти, мету.

Об'єктом управління збутовою діяльністю підприємства являється не збут, а сама діяльність пов'язана із просуванням товару на ринок і до споживача.

Суб'єктом управління збутовою діяльністю підприємства є особа, що організовує процес управління, в цьому випадку це можуть бути керівники підприємства, відділ збуту, посередницька компанія, якщо йдеться про управління збутом в галузі, тоді суб'єктом виступає асоціація об'єднаної групи підприємств, у випадку управління збутом продукції певної галузі в окремому регіоні формується склад суб'єктів впливу (управління), куди входять представники органів державної або місцевої влади.

До основних функцій процесу управління збутовою діяльністю варто віднести: прогнозування та планування, системно організаційну, координаційну, мотиваційну та контрольну.

До принципів управління збутовою діяльністю підприємств варто віднести: принцип зваженого обрання збутової стратегії; принцип орієнтації на досягнення належної результативності збутової діяльності; принцип стабільного та оперативного моніторингу ринку.

До інструментів механізму управління збутовою діяльністю відносяться знаряддя, за допомогою яких цілеспрямований вплив (управління) набуває практичного характеру. Інструменти, які можуть бути використані, можна розділити залежно від того, що потребує впливу (в основі лежить концепція 7P-маркетингу), а саме [3]:

- 1) товар – упаковка, асортимент, якість, торгова марка, тощо;
- 2) ціна – преїскурант, знижки, націнка, кредит, термін виплати, умови оплати тощо;
- 3) місце – канали збуту, посередники, рівні збуту, форми релізу, транспортування, складський запас, розміщення, підготовка торгового персоналу тощо;
- 4) просування – реклама, виставки, персональний продаж, зв'язок з громадськістю, стимулювання збуту, прямий продаж, піар;
- 5) люди – працівники, посередники, продавці, постійні клієнти, потенційні клієнти, споживачі;
- 6) процеси – швидкість та якість обслуговування, доставка, комфорт, цілодобова служба підтримки;
- 7) фізичні докази – правильний імідж і оточення, що користуються товаром/послугою, відгуки клієнтів, рекомендації, сертифікати тощо.

Мета управління збутовою діяльністю полягає у повноцінному створенні належних умов, котрі б сприяли повноцінному втіленню управлінських функцій в процесі організації просування товару від виробника до кінцевого споживача.

Розкриті складові категоріального апарату процесу управління збутовою діяльністю підприємницьких структур в умовах сьогодення дають змогу підкреслити:

По-перше. Між процесами «збут» та «обіг» існує чітке розмежування і полягає воно у

приналежності першої категорії функції планування. При цьому результатом здійснення збутової діяльності є створення системи збуту, котра втілює ефективний обіг, у свою чергу результатом процесу обігу являється процес доставки продукції споживачеві у відповідності до встановленого терміну та високого рівня обслуговування;

По-друге – витратна приналежність. Створення та функціонування системи збуту передбачає переважання капітальних витрат, в той час як системи обігу – поточних. Таким чином, система збуту має можливість індивідуальної оцінки ефективності певного варіанта системи збуту.

Управління збутовою діяльністю підприємства містить певні засади [4, с. 118]:

1. Наявність та відповідність товару потребам споживачів.

2. Інфраструктурне забезпечення. Тут ідеться про сукупність складових збуту, які забезпечують нормальну роботу із реалізації продукції, а саме: наявність транспортних засобів для переміщення продукції на склад та в місця продажу товару; існування складських приміщень, торгових закладів; банки, що обслуговують фінансові операції, пов'язані із продажем товару, тобто все те, що пов'язане із суб'єктами зовнішнього середовища збуту продукції підприємства.

3. Інформаційне забезпечення збутової діяльності підприємства. При управлінні збутом підприємство повинно володіти цілою низкою інформації (про особливості ринку, про умови просування товару на ринок, про конкурентів, посередників, про імовірні ризики та інше), що забезпечує правильність прийняття управлінських рішень, які стосуються товароруку.

4. Вибір оптимальних каналів збуту. Необхідність збутової мережі обумовлена нездатністю виробника взяти на себе всі обов'язки та функції, що пов'язані з вимогами вільного обміну відповідно очікуванням потенційних споживачів. Звернення до посередників означає для підприємства втрату контролю над певними елементами процесу комерціалізації. Для підприємств вибір збутової мережі, тобто каналів розподілу, є стратегічним рішенням, яке повинно бути сумісним не тільки з очікуваннями у цільовому сегменті, але і з власними цілями суб'єктів господарювання.

5. Кадрове забезпечення збутової діяльності підприємства. При здійсненні збутової діяльності керівництву підприємства варто звертати увагу на правильність підбору, навчання та мотивації персоналу, що бере участь у збутовій діяльності підприємства.

6. Фінансовий супровід збутової діяльності підприємства. У процесі руху товару від виробника до споживача виникають ситуації, коли необхідно здійснювати фінансовий супровід збутової діяльності, а саме: оплачувати купівлю приміщення для складування продукції, купівлю або оренду торгових площ, здійснювати оплату посередникам за транспортування продукції та інше, тому необхідно планувати імовірні фінансові витрати.

Варто також наголосити, що важливу роль в процесі організації управління збутовою діяльністю відіграє врахування взаємозв'язку зазначеного управлінського процесу та системи менеджменту підприємства.

Узагальнимо зазначене за допомогою рис. 1.

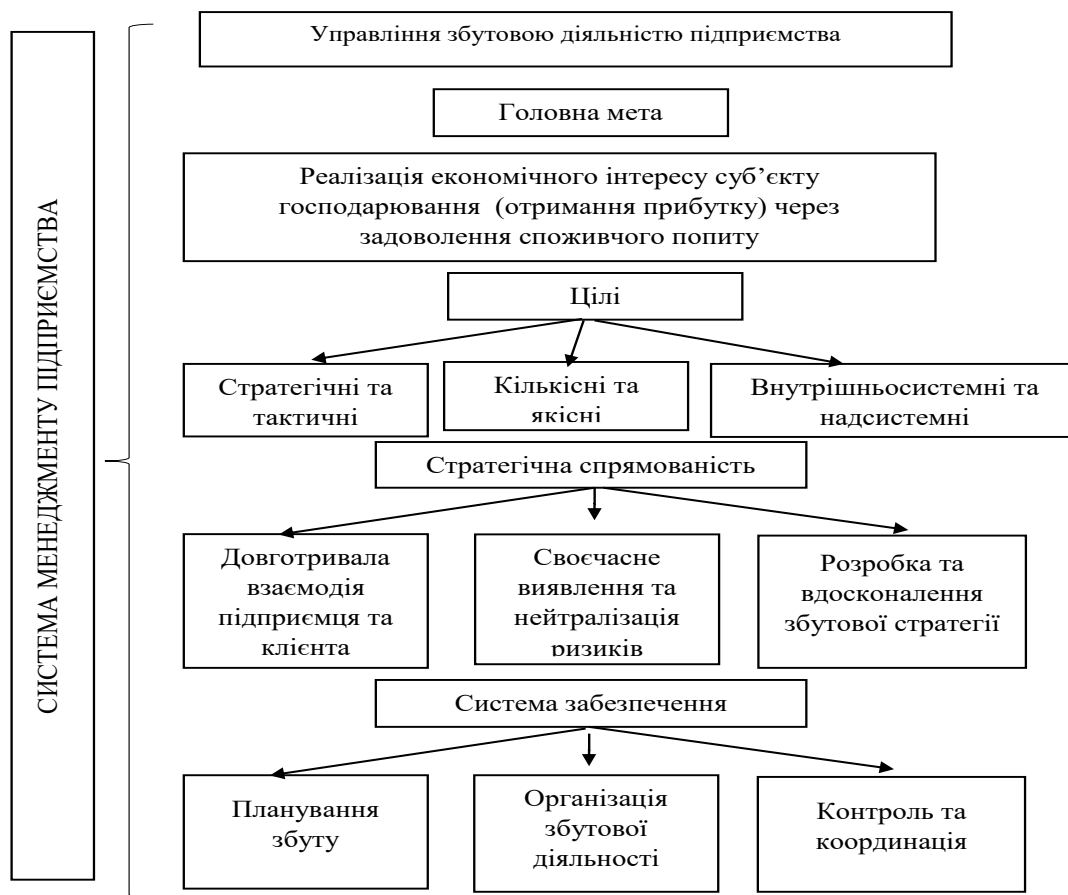


Рисунок 1 – Місце процесу управління збутовою діяльністю в системі менеджменту підприємства

Із вище поданого рисунку цілком очевидною є необхідність системної єдності процесу управління – менеджменту з основними установчими орієнтирами здійснення господарської діяльності будь-якого підприємства (головної мети, цілей, стратегічної спрямованості, системи забезпечення).

Висновки. На сьогоднішній день система збуту є важливою складовою здійснення ефективної, конкурентоспроможної господарської діяльності будь-якої підприємницької структури.

Однак, належне функціонування системи збуту вимагає відповідного ставлення на усіх процесах. Тому в даній статті розглянуто сутність процесу управління збутовою діяльністю та характеристику його категоріального апарату саме як основи управлінського процесу. Мається на увазі те, що станом на сьогоднішній день в Україні існує безліч підприємств, що мають різну галузеву приналежність і формування механізму управління збутовою діяльністю вимагає врахування та коригування сутності досліджуваних категорій у повній відповідності приналежності підприємства.

Окрім того, варто наголосити, що ефективність організації процесу управління збутовою діяльністю сучасних суб'єктів господарювання прямолінійно залежить від належної системи менеджменту підприємства, а взаємозв'язок між зазначеними категоріями прослідковується через управлінську мету, спрямовану на формування системи забезпечення, проблем внутрішнього та зовнішнього характеру.

Література

1. Іваночко Н. В. Особливості формування механізму управління збутовою діяльністю підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип. 18. С. 214-218.
2. Кавтиш О. П., Молоденков П. О. Наукові підходи до формування та запровадження системи управління збутовою політикою комерційного підприємства. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2016. №21. С. 99-103.
3. Камілова С. Р., Яцун Ю. Ю. Управління збутовою діяльністю. URL: [file:///C:/Users/%D0%9B%D0%B5%D0%BD%D0%B0/Downloads/337-1305-1-PB%20\(5\).pdf](file:///C:/Users/%D0%9B%D0%B5%D0%BD%D0%B0/Downloads/337-1305-1-PB%20(5).pdf) (дата звернення: 14.03.2019).
4. Матвієць О. В., Кошівська М. В. Збутова діяльність як складова частина господарської діяльності підприємства. *Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics»*. 2018. №10. С. 116-121.
5. Одарченко А. М., Одарченко Д. М. Управління збутовою діяльністю торговельних підприємств. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2011. №1(52). С. 12-15.
6. Россоха В. В. Управління збутовою діяльністю аграрних підприємств у трансакційному вимірі. *Економіка АПК*. 2017. №4. С.67-77.
7. Тарасюк А. Д. Теоретичні аспекти управління збутовою діяльністю підприємства. URL: <http://ea.donntu.org:8080/jspui/bitstream/123456789/20510/1/Tarasjuk%20A.D.%2C%20Lisenko%20S.M..pdf> (дата звернення: 14.03.2019).
8. Терент'єва Н. В. Принципи та функції управління збутовою діяльністю. *Вісник Запорізького національного університету*. 2016. №1(29). С. 127-138.
9. Терент'єва Н. В. Управління збутовою діяльністю в системі управління підприємством. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4783>. (дата звернення: 14.03.2019).
10. Шпик С. Управління збутовою діяльністю підприємства. *Галицький економічний вісник*. 2012. №4(37). С. 88-95.