

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ТЕРЕНТ'ЄВА НАТАЛІЯ ВАЛЕРІЇВНА



УДК: 005.91:621:005.511 (043.5)

**УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ
МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

АВТОРЕФЕРАТ
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Запоріжжя – 2019

Дисертацією є кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Робота виконана на кафедрі управління персоналом і маркетингу Запорізького національного університету Міністерства освіти і науки України.

Науковий керівник: доктор економічних наук, доцент
Череп Олександр Григорович,
Запорізький національний університет,
професор кафедри управління персоналом і
маркетингу.

Офіційні опоненти: доктор економічних наук, професор
Андрушків Богдан Миколайович,
Тернопільський національний технічний
університет імені Івана Пулюя,
завідувач кафедри управління інноваційною
діяльністю та сферою послуг;

кандидат економічних наук, доцент
Завербний Андрій Степанович,
Національний університет “Львівська
політехніка”, доцент кафедри
зовнішньоекономічної та митної діяльності.

Захист дисертації відбудеться “15” березня 2019 р. об 10⁰⁰ годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 17.051.08 у Запорізькому національному університеті Міністерства освіти і науки України за адресою: 69063, м. Запоріжжя, пр. Соборний, 74, корп. 5, ауд. 326.

З дисертацією можна ознайомитися у науковій бібліотеці Запорізького національного університету за адресою: 69600, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 66-а, корп. 2.

Автореферат розісланий “14” лютого 2019 р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради



Ю.О. Швець

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Друге десятиріччя ХХІ ст. стало черговим випробуванням не тільки для вітчизняних підприємств машинобудівної галузі, але й для економіки взагалі. Посилення негативних глобалізаційних впливів, глобально-політична нестабільність, загострення конкурентної боротьби, значна невизначеність зовнішнього середовища, спричинена загальною турбулентністю світової економіки, зумовили значні зміни в структурі ринків збуту вітчизняної машинобудівної продукції на світовому рівні, що, своєю чергою вплинуло на результати діяльності машинобудування як на рівні галузі, так і на рівні окремих підприємств.

За таких умов особливого значення набуває проблема ефективності управління збутовою діяльністю машинобудівних підприємств, які відповідно до потреб зовнішнього середовища, повинні не тільки забезпечити виробництво високотехнологічної, конкурентоспроможної на світовому ринку продукції, але й стати генератором позитивних змін у реальному секторі економіки України та міцним важелем, який утримає економіку від подальших деградаційних трансформацій в економіку сировинного типу.

Світові тенденції використання розвитку управління збутовою діяльністю зумовлюють необхідність застосування вітчизняними підприємствами новітніх управлінських підходів до організації збуту, використання інноваційного досвіду розвинених країн і впровадження його у вітчизняну практику управління збутовою діяльністю машинобудівних підприємств. У цих обставинах одним із найголовніших завдань менеджменту машинобудівних підприємств стає формування ефективної системи управління збутовою діяльністю як необхідної умови для відновлення конкурентних позицій українських виробників та їх подальшого закріплення на вітчизняному й зарубіжних ринках.

Однак, практика господарювання свідчить про те, що на даному етапі економічного розвитку ефективність управління збутовою діяльністю більшості підприємств, особливо промислового ринку, значною мірою відстає від показників розвинених країн, про що свідчить відсутність системності збутової діяльності машинобудівних підприємств, використання застарілих підходів до оцінки її ефективності, недостатність сучасних науково обґрунтованих методик її оцінки, що висуває на перший план потребу вдосконалення управління збутовою діяльністю машинобудівних підприємств для забезпечення їх організаційно-економічної стійкості та подальшого зростання.

Дослідженню різних аспектів управління збутовою діяльністю та практичного впровадження ефективних систем управління збутовою діяльністю на підприємствах присвячено досить багато наукових праць вітчизняних і зарубіжних дослідників, у т.ч. таких, як: Абрамович І.А., Андрушків Б.М., Болт Г.Дж., Браун К., Бурцев В.В., Вінкельманн П., Гамалій В.Ф., Гончар О.І., Гуржій Н.М., Завербний А.С., Зборовська О.М., Іванов М.М., Іваночко Н.В., Ключник А.В., Корінев В.Л., Котлер Ф., Крилов Д.В., Лагоцька Н.З., Ланкастер Дж., Маказан Є.В., Митрохіна Ю.П., Мостенська Т.Л., Проволоцька О.М., Спільник І.В., Тисячук І.О., Череп А.В., Череп О.Г., Шмиголь Н.М., Швець Ю.О., Шевчик М.Г. та ін.

У досліджених наукових працях представлені теоретичні та методичні підходи до управління збутовою діяльністю підприємства, обґрунтовано доцільність своєчасної оцінки ефективності управління збутовою діяльністю з метою її оптимізації. Водночас аналіз робіт вітчизняних вчених засвідчив відсутність єдиних теоретичних і методичних підходів щодо максимізації ефективності збутової діяльності, які могли би бути використані в реальному секторі економіки. Роботи зарубіжних учених більше орієнтовані на практичне використання, але різниця в економічних та історичних умовах розвитку унеможливорює використання зарубіжних методологій без значної адаптації. При цьому особливо гостро необхідність розробки ефективних засобів удосконалення збутової діяльності постає перед підприємствами промислового ринку, і в першу чергу – машинобудування.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертацію виконано згідно з тематикою науково-дослідних робіт кафедри управління персоналом і маркетингу Запорізького національного університету за темою “Теоретичне обґрунтування, розробка та розвиток методів та моделей прийняття рішень в менеджменті персоналу підприємств та організацій регіону” (номер державної реєстрації 0116U004843). Особисто автором надано визначення поняття збуту як економічної сутності, удосконалено методичний підхід до встановлення послідовності оцінки ефективності збутової діяльності, розроблено методику формування маркетингової стратегії збутової діяльності, вдосконалено методичний підхід до оцінювання ефективності збутової діяльності.

Мета і завдання дослідження. *Метою* дисертаційної роботи є дослідження та розробка теоретичних, методичних і практичних засад щодо підвищення ефективності управління збутовою діяльністю машинобудівних підприємств Запорізької області.

Відповідно до мети дослідження в роботі поставлено такі *завдання*:

- розвинути наукові підходи щодо визначення економічної сутності понять “збут”, “збутова діяльність”, “система збуту”;
- дослідити і розширити основні принципи управління збутовою діяльністю промислових підприємств;
- удосконалити методичний підхід до встановлення послідовності оцінки ефективності збутової діяльності;
- виявити особливості формування та проаналізувати чинники, що впливають на управління збутовою діяльністю машинобудівних підприємств Запорізької області;
- розширити маркетингові механізми управління збутовою діяльністю промислових підприємств;
- узагальнити та вдосконалити методичний підхід до оцінювання ефективності збутової діяльності;
- удосконалити методику формування маркетингової стратегії на основі матриці Shell/DPM.

Об'єктом дослідження є процес управління збутовою діяльністю машинобудівних підприємств.

Предметом дослідження є теоретико-методичні та науково-практичні аспекти щодо удосконалення управління збутовою діяльністю машинобудівних підприємств Запорізької області.

Методи дослідження. Теоретичною і методичною основою дисертаційної роботи є об'єктивні економічні закони, категорії і поняття економічної науки, фундаментальні положення економічної теорії, прикладної економіки та теорії управління, результати наукових досліджень зарубіжних та вітчизняних учених з питань організації збуту й управління збутовою діяльністю. Досягнення визначеної мети дослідження було забезпечене використанням комплексу загальнонаукових і спеціальних методів: *метод узагальнення наукового досвіду та термінологічного аналізу* – для аналізу категорій “збут”, “збутова діяльність”, “система збуту” (підрозділи 1.1, 1.2, 1.3); *аналізу і синтезу, індукції та дедукції* – при дослідженні теоретичних і методичних засад управління збутовою діяльністю підприємств (підрозділи 1.2, 1.3); *системний підхід* – для дослідження систем управління збутовою діяльністю підприємств (підрозділ 1.3); *статистичний метод обробки даних, метод групування* – для оцінки стану машинобудівних підприємств Запорізької області (підрозділи 2.1, 2.2); *метод порівняння, метод системного аналізу, коефіцієнтний метод* – для оцінювання ефективності збутової діяльності на машинобудівних підприємствах Запорізької області (підрозділи 2.2, 2.3); *метод експертних оцінок, рейтинговий метод, метод порівняння та логічного узагальнення, метод узагальнення результатів проведеного дослідження* – для розробки й удосконалення методичних підходів щодо максимізації ефективності управління діяльністю машинобудівних підприємств Запорізької області (підрозділи 2.3, 3.1, 3.2, 3.3); *графічний метод* – для наочного представлення економічних даних, отриманих у процесі дослідження (усі розділи роботи).

Інформаційним підґрунтям дисертаційного дослідження стали закони України, нормативно-правові акти, офіційні статистичні та аналітичні матеріали Державної служби статистики України, річна бухгалтерська й оперативна звітність машинобудівних підприємств Запорізької області, статті зарубіжних та вітчизняних науковців, матеріали науково-практичних конференцій та інтернет-видань, результати власних напрацювань і спостережень. Економічні розрахунки виконані із застосуванням сучасних методик і комп'ютерних технологій обробки статистичних матеріалів.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в узагальненні теоретичних основ і вдосконаленні методичних підходів щодо підвищення ефективності управління збутовою діяльністю машинобудівних підприємств Запорізької області. Результати дослідження, що становлять наукову новизну, полягають у наступному:

удосконалено:

– методичний підхід до встановлення послідовності оцінки ефективності збутової діяльності, який, на відміну від існуючих, включає дослідницький, аналітичний, операційний, удосконалюючий і стратегічний етапи та передбачає вдосконалення процесу оцінки на основі систематизації критеріїв управління збутовою діяльністю, що спрямовано на підвищення продуктивності за допомогою кращого розуміння стосунків між покупцем і продавцем з

використанням технологічного процесу для збільшення часу працівників збуту на творчі види діяльності та забезпечить підвищення ефективності збутової діяльності;

– методику формування маркетингової стратегії збутової діяльності, яка, на відміну від існуючих, передбачає використання матриці Shell/DPM і дає змогу машинобудівним підприємствам врахувати ефективність збутової діяльності, прояви кризових явищ та забезпечити конкурентні переваги як підприємства, так і галузі в цілому;

– методичний підхід до оцінювання ефективності збутової діяльності з використанням економіко–математичного моделювання, який, на відміну від існуючих, враховує структуру витрат на збут, значущість її складових і спрямований на оптимізацію витрат, що дозволяє машинобудівним підприємствам формувати планові показники бюджету витрат на збут і здійснювати перерозподіл між елементами витрат з метою управління збутовою діяльністю в майбутньому;

– маркетингові механізми управління збутовою діяльністю промислових підприємств, які, на відміну від існуючих, враховують товар через призму показників якості, наявності торгівельної марки, післяпродажного обслуговування та надання сервісних послуг; ціни з урахуванням можливості отримання кредиту, відтермінування строків і погодження умов оплати; комунікації в розрізі каналів і рівнів збуту, посередників і форм реалізації; контролінг системи транспортування та складування на засадах підготовки й перепідготовки персоналу відділу збуту; просування з урахуванням зв'язків з громадськістю, організацій виставок і персональних продажів; інформацію про конкурентів, клієнтів, посередників, споживачів; процеси доставки, забезпечення комфорту через швидкість і якість обслуговування; фізичні докази, що підтверджуються наявністю сертифікату якості, правильним вибором іміджу й оточення, позитивними відгуками клієнтів і наданими рекомендаціями, що сприятиме підвищенню ролі управління збутовою діяльністю в системі управління підприємством;

набули подальшого розвитку:

– сутність поняття “збутова діяльність”, як цілеспрямована організаційно-економічна діяльність, яка орієнтована на збільшення реалізації товарів і послуг шляхом урахування виробничого потенціалу, технологічного циклу продукції, інноваційної складової діяльності підприємства, маркетингового плану, логістичних зв'язків, механізмів сервісної підтримки, пріоритетів зовнішньоекономічної діяльності підприємства відповідно до стратегічного плану його розвитку, що забезпечує двосторонній зв'язок підприємства з бізнес-партнерами та бізнес-інфраструктурою;

– теоретичні підходи до розкриття економічної категорії “система збуту” промислового підприємства, яку в подальшому запропоновано розглядати як комплексне поєднання збутової структури підприємства та каналів збуту, що використовуються підприємством для здійснення збутової діяльності, при цьому під збутовою структурою розуміють елементи організаційної структури підприємства, які здійснюють управління збутовою діяльністю;

– визначення сутності трактування поняття “збут”, яке запропоновано розглядати як систему відносин, що виникає в процесі товарно-грошового

обміну, спрямованого на задоволення комерційних потреб суб'єктів ринку через виробництво або перепродаж товарів і послуг;

– принципи управління збутовою діяльністю промислових підприємств, які узагальнено з урахуванням вираженого вибору стратегій товарної політики; орієнтованості на досягнення кінцевого результату; моніторингу ринку та дослідження його змін; системності забезпечення ресурсами; взаємозв'язку господарських відносин між структурними підрозділами; адаптації до вимог внутрішнього і зовнішнього середовища; інноваційності, використання яких дозволить машинобудівним підприємствам забезпечити високий рівень рентабельності діяльності.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що основні теоретичні положення, висновки та рекомендації дисертаційної роботи доведено до рівня конкретних науково-методичних рекомендацій, спрямованих на підвищення ефективності управління збутовою діяльністю машинобудівних підприємств Запорізької області. Основні результати дослідження знайшли практичне використання в діяльності ПрАТ “Запоріжтрансформатор” (довідка № 1/1-60-565а від 15.05.2018 р.), ПрАТ “Бердянські жниварки” (довідка № 172 від 28.05.2018 р.), ПрАТ “Запорізький автомобілебудівний завод” (довідка № 627 від 28.05.2018 р.), ТОВ “НВП “Енергомаш” (довідка № 28/05-1 від 28.05.2018 р.).

Теоретичні положення, що становлять наукову новизну дисертаційної роботи, використовуються в навчальному процесі економічного факультету Запорізького національного університету при викладанні дисциплін “Маркетинг промислового виробництва”, “Маркетинговий менеджмент” і “Маркетинг В2В” (довідка № 01.01-13/38 від 23.05.2018 р.).

Особистий внесок здобувача. Дисертаційна робота є самостійно виконаною науковою працею, в якій викладено авторський підхід до розв'язання актуального наукового завдання щодо удосконалення управління збутовою діяльністю машинобудівних підприємств. Усі основні наукові положення, висновки та рекомендації, які винесено на захист, одержано автором самостійно. До переліку наукових робіт, виданих у співавторстві, внесено виключно матеріали, які є результатом особистої роботи здобувача. Власний науковий внесок дисертанта в наукові роботи, опубліковані у співавторстві, конкретизовано у списку публікацій за темою дисертації.

Апробація результатів дисертації. Наукові положення основних результатів дослідження та їх практичне застосування було схвалено на міжнародних і вітчизняних науково-практичних конференціях: VIII Міжнародній науково-практичній конференції “Трансформаційні процеси в економіці держави та регіонів” (м. Запоріжжя, 24-25 жовтня 2013 р.); Міжнародній науково-практичній конференції “Природокористування і сталий розвиток: економіка, екологія, управління” (м. Ірпінь, 10-11 квітня 2014 р.); IX Міжнародній науково-практичній конференції “Виклики та перспективи розвитку нової економіки на світовому, державному та регіональному рівнях” (м. Запоріжжя, 23-24 жовтня 2014 р.); IX Міжнародній конференції студентів і молодих вчених “Управління соціально-економічним розвитком регіонів та держави” (м. Запоріжжя, 16-17 квітня 2015 р.); X Міжнародній науково-практичній конференції “Виклики та перспективи розвитку нової економіки на

світовому, державному та регіональному рівнях” (м. Запоріжжя, 15-16 жовтня 2015 р.); XII Міжнародній науково-практичній конференції “Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України” (м. Хмельницький, 29 листопада – 2 грудня 2017 р.); II International scientific conference “Economy and Management: Modern Transformation in the Age of Globalization” (м. Клайпеда, Литва, 23 березня 2018 р.); XIV Міжнародній науково-практичній конференції “Актуальні проблеми та перспективи трансформації міжнародних економічних відносин і світового господарства” (м. Хмельницький, 20-21 квітня 2018 р.).

Публікації. Основні наукові положення, висновки і результати дисертаційної роботи опубліковано у 18 наукових працях, з них: 1 стаття у колективній монографії, 8 статей у наукових фахових виданнях (із них 3 статті у наукових фахових виданнях України, 5 статей у наукових фахових виданнях України, які включено до міжнародних наукометричних баз), 8 тез доповідей за матеріалами конференцій, 1 стаття в іншому виданні. Загальний обсяг публікацій становить 7,03 друк. арк. (особисто автору належить 6,24 друк. арк.).

Структура та обсяг дисертації. Дисертаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел із 205 найменувань на 21 сторінці, 10 додатків на 30 сторінках. Загальний обсяг роботи становить 250 сторінок, з них основний текст викладений на 180 сторінках. Робота містить 41 таблицю та 31 рисунок (4 сторінки – таблиці і рисунки, які повністю займають площу сторінки).

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми дисертаційної роботи, сформульовано її мету та завдання, визначено об’єкт і предмет, методи дослідження, розкрито наукову новизну, практичне значення отриманих результатів, подано відомості про апробацію та публікації.

У першому розділі – **“Теоретико-методичні основи управління збутовою діяльністю підприємства”** – узагальнено теоретичні підходи до визначення сутності понять “збут”, “збутова діяльність”, “система збуту”; систематизовано принципи управління збутовою діяльністю промислових підприємств; досліджено й систематизовано основні методичні підходи до встановлення послідовності оцінки ефективності збутової діяльності.

З метою систематизації та структурування існуючих дефініцій було проведено узагальнюючий аналіз понять “збут”, “збутова діяльність”, “система збуту”, який дав можливість зробити висновок, що у науковій економічній літературі немає єдиного загально визнаного трактування цих категорій.

Базуючись на ключових характеристиках збуту і враховуючи визначення, розроблені різними науковцями, було запропоновано власне трактування сутності вказаних понять. Отже, збутом запропоновано визначати систему відносин, що виникає в процесі товарно-грошового обміну, спрямованого на задоволення комерційних потреб суб’єктів ринку через виробництво або перепродаж товарів і послуг.

“Збутова діяльність” – цілеспрямована організаційно-економічна діяльність, яка орієнтована на збільшення реалізації товарів і послуг шляхом урахування виробничого потенціалу, технологічного циклу продукції,

інноваційної складової діяльності підприємства, маркетингового плану, логістичних зв'язків, механізмів сервісної підтримки, пріоритетів зовнішньоекономічної діяльності підприємства відповідно до стратегічного плану його розвитку, що забезпечує двосторонній зв'язок підприємства з бізнес-партнерами та бізнес-інфраструктурою.

“Система збуту” промислового підприємства – комплексне поєднання збутової структури підприємства та каналів збуту, що використовуються підприємством для здійснення збутової діяльності, при цьому під збутовою структурою розуміють елементи організаційної структури підприємства, які здійснюють управління збутовою діяльністю.

На основі використання теоретичних здобутків вітчизняних і закордонних науковців було сформульовано основні принципи управління збутовою діяльністю промислових підприємств, а саме: принцип виваженого вибору стратегії товарної політики відносно загальнокорпоративної стратегії розвитку; принцип орієнтованості на досягнення кінцевого результату збутової діяльності, що полягає в забезпеченні відповідного рівня рентабельності підприємства; принцип моніторингу ринку, що передбачає постійне дослідження змін стану ринку, вимог покупців промислової продукції; принцип системності забезпечення ресурсами збутової діяльності, що передбачає формування тісних внутрішньокорпоративних ефективних взаємозв'язків господарської діяльності структурних підрозділів, які займаються збутовою діяльністю; принцип адаптації до вимог внутрішнього та зовнішнього середовища з метою задоволення попиту та налагодження тісного взаємозв'язку між елементами збутової системи і ринковою кон'юнктурою; принцип інноваційності, що передбачає застосування провідних інноваційних механізмів не лише у виробництві товарів промислового призначення, підвищуючи їх попит і споживчу вартість, а й використання інноваційних підходів до формування механізмів збутової діяльності.

Проаналізовано науково-економічні джерела, які стосуються оцінювання ефективності управління збутовою діяльністю, зокрема систематизовано основні критерії оцінки ефективності управління збутовою діяльністю, такі як: чистий дохід; собівартість; чистий прибуток реалізованої продукції; рентабельність продукції; середні залишки товарних запасів; коефіцієнт інтенсивності оборотності товарних запасів; частка нереалізованої продукції у вартості товарної маси; обсяг збуту та прибуток від реалізації в розрахунку на 1 м² збутової площі підприємства; обсяг збуту та прибуток від реалізації в розрахунку на одного працівника, що займається збутом; рентабельність витрат на збутову діяльність; коефіцієнт ефективності управління; RMI; ROM; ROME; IROMO та ін.

Систематизовано й удосконалено методичний підхід до встановлення послідовності оцінки ефективності збутової діяльності (рис. 1).

Аналіз існуючих методичних підходів до послідовності оцінки ефективності збутової діяльності машинобудівних підприємств дав можливість виділити основні підходи до оцінювання – витратний і ресурсний. При цьому кожне підприємство має самостійно обирати методики оцінки відповідно до специфіки та умов господарювання.

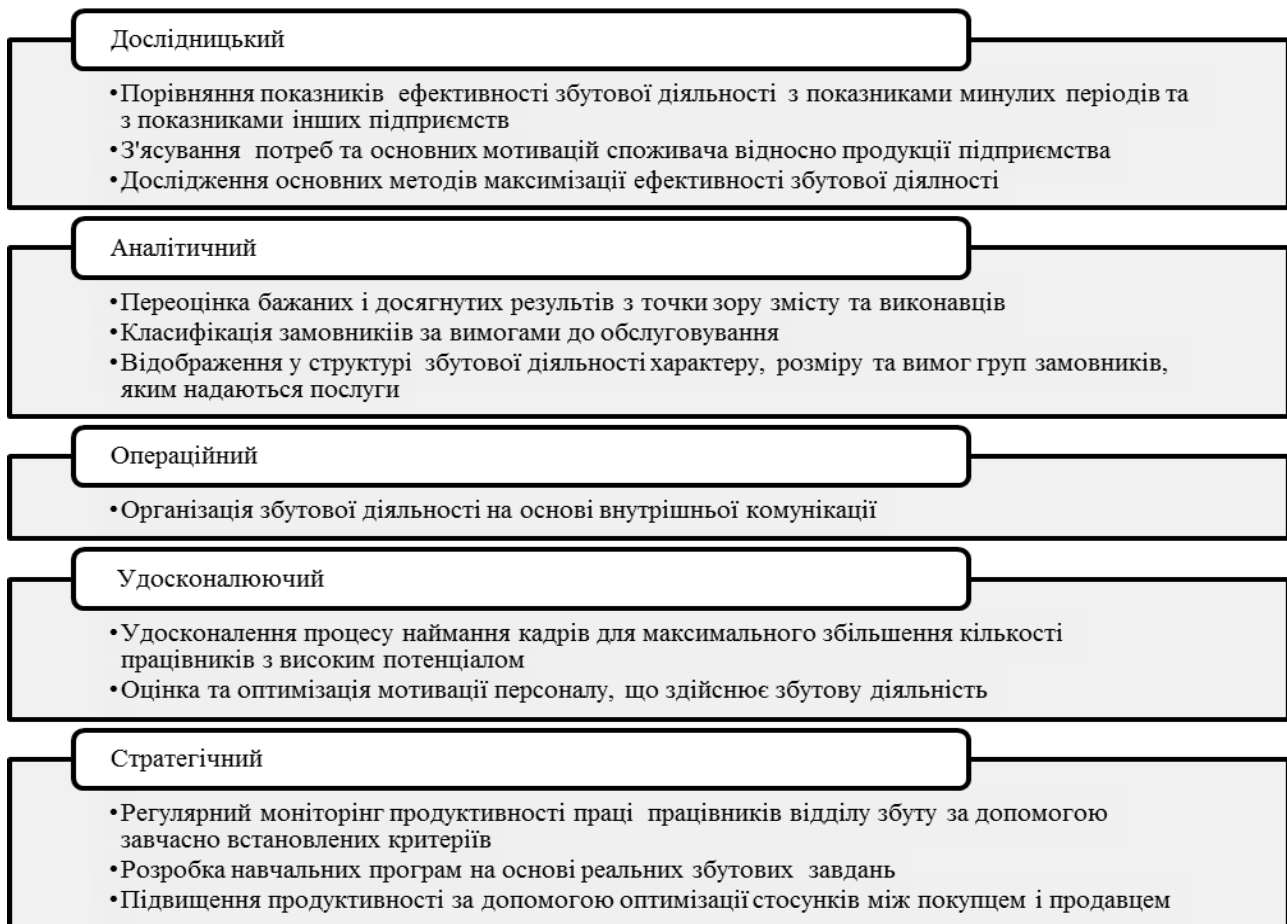


Рис. 1. Методична послідовність оцінки ефективності збутової діяльності
Примітка: удосконалено автором

У другому розділі – **“Аналіз сучасного стану управління збутовою діяльністю машинобудівних підприємств”** – досліджено та виявлено основні чинники, що впливають на управління збутовою діяльністю машинобудівних підприємств Запорізької області; виокремлено особливості формування збутової діяльності машинобудівних підприємств Запорізької області; здійснено аналіз ефективності збутової діяльності машинобудівних підприємств із використанням витратного методу; проаналізовано доцільність використання основних методів оцінки ефективності управління збутовою діяльністю на машинобудівних підприємствах Запорізької області.

Аналіз чинників зовнішнього середовища, що впливають на формування збутової діяльності промислових підприємств машинобудівної галузі Запорізької області, показав, що на момент дослідження підприємства знаходились під впливом негативних чинників зовнішнього середовища. Найбільш значний негативний вплив на машинобудівні підприємства мали зовнішньоекономічні та політичні чинники, оскільки основні ресурсоутворюючі машинобудівні підприємства регіону мають значні вади територіальної структури збуту, які в умовах приєднання України до запроваджених світовою спільнотою санкцій щодо обмеження агресії Російської Федерації значно підвищили збутові ризики машинобудівних підприємств Запорізької області й обумовили необхідність розробки та впровадження сучасних ефективних заходів з оптимізації збутової діяльності.

На основі проведеного аналізу збутової діяльності досліджено динаміку ефективності збутової діяльності промислових підприємств з використанням витратного підходу, що дозволило зробити висновки про недоцільність використання цього поширеного в українській економіці витратного підходу для оцінки ефективності управління збутовою діяльністю машинобудівних підприємств в умовах дії значної кількості негативних чинників зовнішнього середовища.

Для визначення доцільності застосування основних методів оцінки ефективності збутової діяльності в сучасних умовах розвитку підприємств машинобудівного комплексу Запорізької області було проведено експертне опитування з використанням методу бальної оцінки.

Графічну інтерпретацію результатів експертного опитування щодо доцільності використання основних методів оцінки ефективності збутової діяльності машинобудівних підприємств відображено на рис. 2.

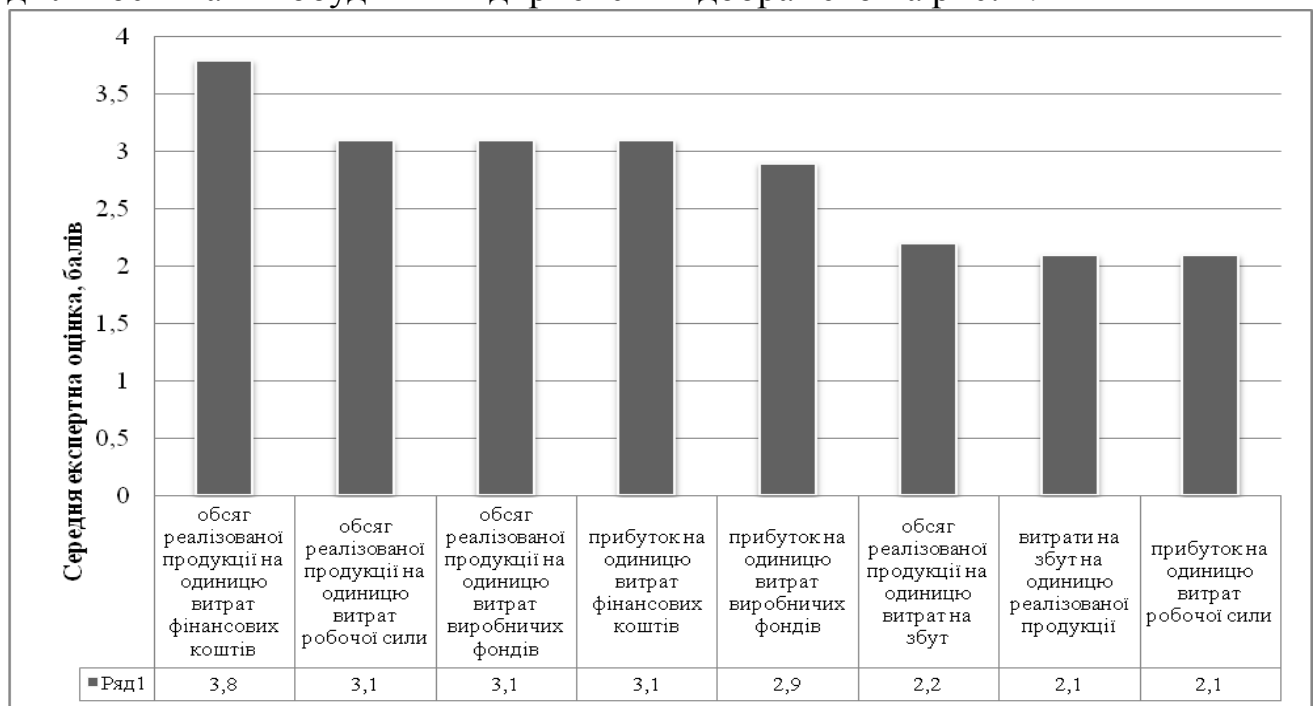


Рис. 2. Графічна інтерпретація результатів оцінки доцільності використання основних методів оцінки ефективності збутової діяльності машинобудівних підприємств

Примітка: розроблено автором

Отримані дані було систематизовано з використанням елементів ABC-аналізу, що дозволило виділити основні групи методів оцінки ефективності збутової діяльності машинобудівних підприємств відповідно до доцільності їх використання в сучасних умовах. Результати дослідження показали, що до першої групи (А) методів експертами не був віднесений жоден з досліджуваних методів. До групи (Б) методів експертами був віднесений лише один показник – чистий дохід на одиницю витрат фінансових коштів. До групи (В) методів експертами були віднесені такі показники: чистий дохід на одиницю витрат робочої сили; чистий дохід на одиницю витрат виробничих фондів; прибуток на одиницю витрат фінансових коштів; прибуток на одиницю витрат виробничих фондів. Ще три досліджувані методи були віднесені експертами до четвертої групи (Г) – методи, які небажані для оцінки ефективності управління збутовою

діяльністю машинобудівних підприємств, з дуже сумнівною достовірністю: чистий дохід на одиницю витрат на збут; витрати на збут на одиницю чистого доходу; прибуток на одиницю витрат робочої сили.

Таким чином, лише один показник – чистий дохід на одиницю витрат фінансових коштів був визнаний експертами прийнятним для машинобудівних підприємств Запорізької області та здатним забезпечити достатню достовірність подальшого прогнозування, при цьому така думка експертів є узгодженою, оскільки розраховане значення коефіцієнта Кендалла ($W=0,61$) лежить в межах від 0,6 до 0,8 та вказує на сильну узгодженість експертної думки щодо необхідності вдосконалення методики оцінки ефективності управління збутовою діяльністю машинобудівних підприємств.

У третьому розділі – **“Удосконалення методичних підходів до оцінки ефективності управління збутовою діяльністю”** – удосконалено маркетингові механізми управління збутовою діяльністю промислових підприємств; удосконалено методичний підхід до оцінювання ефективності збутової діяльності з використанням економіко–математичного моделювання, з урахуванням структури витрат на збут; сформовано плановий показник бюджету витрат на збутову діяльність АТ “Мотор Січ”; удосконалено методику формування маркетингової стратегії збутової діяльності машинобудівних підприємств Запорізької області з використанням матриці Shell/DPM.

У результаті проведеного дослідження було визначено маркетингові механізми управління збутовою діяльністю промислових підприємств, першочерговий розвиток яких рекомендовано для підвищення ефективності управління збутовою діяльністю машинобудівних підприємств Запорізької області в сучасних умовах, а також визначено пріоритетні напрямки розвитку кожного механізму на рівні окремих груп інструментів та засобів розвитку збуту. Рекомендовані для оптимізації на машинобудівних підприємствах Запорізької області маркетингові механізми управління збутовою діяльністю наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Маркетингові механізми, рекомендовані для підвищення ефективності управління збутовою діяльністю машинобудівних підприємств Запорізької області

Механізми	Показники	Механізми	Показники
товар	якість	просування	зв'язок з громадськістю
	торгова марка		виставки
	післяпродажне обслуговування		персональний продаж
	сервіс		прямий продаж
ціна	кредит	інформація	конкуренти
	строк оплати		посередники
	умови оплати		постійні клієнти
комунікації	канали збуту	процеси	споживачі
	посередники		швидкість та якість обслуговування
	рівні збуту		доставка
контролінг	форми реалізації	фізичні докази	комфорт
	транспортування, складування		правильний імідж і оточення
	підготовка персоналу відділу збуту		відгуки клієнтів
			рекомендації
			сертифікати

Примітка: розроблено автором

Установлено, що більшість методів визначення ефективності збутової діяльності передбачає комплексний підхід оцінки збутової діяльності з урахуванням витрат на збут машинобудівних підприємств Запорізької області, який дозволяє врахувати окремі складові витрат на збут, рейтинг їх значущості та обмеження інвестиційних ресурсів на розвиток збутової діяльності.

Узагальнивши існуючі методики оцінки ефективності збутової діяльності, нами запропоновано методичний підхід до оцінювання ефективності збутової діяльності з використанням економіко–математичного моделювання, який враховує структуру витрат на збут та дозволяє здійснити аналіз, прогнозування та бюджетування збутової діяльності, зокрема – бюджетування з урахуванням окремих складових структури витрат.

Методичний підхід до оцінювання ефективності збутової діяльності з використанням економіко–математичного моделювання, який враховує структуру витрат на збут апробовано на машинобудівних підприємствах Запорізької області в 2015-2017 рр. (табл. 2).

Таблиця 2

Зведена таблиця показників витрат на збутову діяльність з урахуванням окремих складових машинобудівних підприємств Запорізької області в 2015-2017 рр., тис. грн.

Показник	2015	2016	2017	Абс. відх. 2017/2016, тис. грн.	Відн. відх. 2017/2016, %
1	2	3	4	5	6
АТ "Мотор Січ"					
Обсяг реалізованої продукції, V	13 780 092	10546207	15150429	4604222	43,66
Витрати на збут, у т. ч.	803 763	779587	896893	117306	15,05
витрати на утримання підрозділу підприємства, який пов'язаний зі збутом продукції	273279,42	304038,93	251130	-52908,93	-17,4
витрати на підготовку продукції до реалізації	233091,27	194896,75	242161,1	47264,35	24,25
витрати на розподіл та реалізацію продукції	160752,6	132529,79	152471,8	19942,01	15,05
витрати на проведення рекламних заходів та дослідження ринку	88413,93	101346,31	161440,7	60094,39	59,3
інші витрати, пов'язані зі збутом продукції	48225,78	46775,22	125565	78789,78	168,44
ПрАТ "Запоріжтрансформатор"					
Обсяг реалізованої продукції, V	1 095 288	2352247	2311462	1216174	111,04
Витрати на збут, у т. ч.	85 031	104764	174812	89781	105,59
витрати на утримання підрозділу підприємства, який пов'язаний зі збутом продукції	20407,44	30381,56	50695,48	30288,04	148,42
витрати на підготовку продукції до реалізації	30611,16	33524,48	59436,08	28824,92	94,16
витрати на розподіл та реалізацію продукції	17006,2	17809,88	29718,04	12711,84	74,75
витрати на проведення рекламних заходів та дослідження ринку	11904,34	16762,24	24473,68	12569,34	105,59
інші витрати, пов'язані зі збутом продукції	5101,86	6285,84	10488,72	5386,86	105,59

Продовження табл. 2

1	2	3	4	5	6
ПрАТ “Запоріжкран”					
Обсяг реалізованої продукції, V	218 281	343357	361709	143428	65,71
Витрати на збут, у т. ч.	6 569	7293	8042	1473	22,42
витрати на утримання підрозділу підприємства, який пов'язаний зі збутом продукції	2167,77	2406,69	2653,86	486,09	22,42
витрати на підготовку продукції до реалізації	1642,25	1823,25	2171,27	529,02	32,21
витрати на розподіл та реалізацію продукції	1379,49	1458,6	1608,4	228,91	16,59
витрати на проведення рекламних заходів та дослідження ринку	985,35	1239,81	1447,56	462,21	46,91
інші витрати, пов'язані зі збутом продукції	394,14	364,65	723,78	329,64	83,64

Примітка: розраховано автором

З урахуванням обмежень та на основі економіко-математичного моделювання нами апробовано вдосконалену методику оцінки на машинобудівних підприємствах Запорізької області, що дозволило оптимізувати витрати на збут.

У результаті проведених розрахунків діяльності з урахуванням витрат на збут на АТ “Мотор Січ” отримано плановий показник бюджету витрат на збутову діяльність на 2019 р., який становить 651468,45 тис. грн.

Апробація наукових положень підтвердила результати експертного опитування щодо сумнівної ефективності витратного підходу до оптимізації збутової діяльності в умовах кризового стану підприємств, оскільки бюджетування збутової діяльності за допомогою методичний підходу до оцінювання ефективності збутової діяльності з використанням економіко-математичного моделювання, який враховує структуру витрат на збут для ПрАТ “Запоріжтрансформатор” та ПрАТ “Запоріжкран” було унеможливлене від’ємними середніми показниками ефективності для всіх складових структури витрат на збутову діяльність машинобудівних підприємств (табл. 3).

Таблиця 3

Коефіцієнти ефективності складових структури витрат на збутову діяльність машинобудівних підприємств

Складова структури витрат	АТ “Мотор Січ”	ПрАТ “Запоріжтрансформатор”	ПрАТ “Запоріжкран”
Витрати на утримання підрозділу підприємства, який пов'язаний зі збутом продукції (E ₁)	0,04	-0,11	-0,14
Витрати на підготовку продукції до реалізації (E ₂)	0,15	-0,12	-0,16
Витрати на розподіл та реалізацію продукції (E ₃)	0,15	-0,11	-0,13
Витрати на проведення рекламних заходів та дослідження ринку (E ₄)	0,23	-0,14	-0,15
Інші витрати, пов'язані зі збутом продукції (E ₅)	0,3	-0,11	-0,01

Примітка: розраховано автором

Використання витратних методів обмежене існуючими умовами господарювання, тому для вдосконалення управління збутовою діяльністю машинобудівних підприємств Запорізької області було побудовано матрицю спрямованої збутової політики Shell/DPM.

Установлено, що два з досліджуваних підприємств (АТ “Мотор Січ” та ПрАТ “Запоріжтрансформатор”) знаходяться у квадранті матриці, який поєднує середні показники конкурентоспроможності та високу привабливість галузі. Рекомендованою стратегією для цих підприємств стане підсилення конкурентних переваг.

Доведено, що матриця Shell/DPM є статичною, відповідно для прогнозування розвитку збутової діяльності машинобудівних підприємств Запорізької області було використано лінійну, поліноміальну (2 степені), степеневу, експоненційну та логарифмічну трендові моделі.

Прогнозні дані коефіцієнтів ефективності збутової діяльності АТ “Мотор Січ” надано в табл. 4.

Таблиця 4

Прогноз показників ефективності збутової діяльності АТ “Мотор Січ”

Показник	2018	2019	2020	2021	Абс. відх. 2021/2016	Відн. відх. 2021/2016, %
Коефіцієнт ефективності	0,2796	0,3372	0,402	0,474	0,2448	206,81

Примітка: розраховано автором

Було доведено, що за умов використання розробленої маркетингової стратегії в 2017 р. коефіцієнт ефективності досягне 0,2292, у 2018 р. збільшиться до 0,2796, у 2019 р. становитиме 0,3372, у 2020 р. – 0,402, а в 2021 р. – 0,474, збільшившись за досліджуваний період на 0,2448, або в 2 рази. При використанні маркетингової стратегії посилення конкурентних переваг згідно з методом Shell/DPM ефективність збутової діяльності АТ “Мотор Січ” за період 2017-2021 рр. зросте у понад 2 рази та становитиме 0,474. Розрахунок прогнозу для підприємств ПрАТ “Запоріжтрансформатор” та ПрАТ “Запоріжкран” не є доцільним, оскільки прояви кризових явищ на цих підприємствах значно збільшують можливості щодо використання витратних методів аналізу та прогнозування.

Розроблена методика формування маркетингової стратегії збутової діяльності досить прозора, не потребує спеціальних технічних засобів і може бути використана як на рівні окремих підприємств – для контролю і корекції стратегічних планів, так і для підприємств інших галузей народного господарства.

ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі наведено теоретичне узагальнення та нове вирішення актуального наукового завдання щодо удосконалення управління збутовою діяльністю машинобудівних підприємств. За результатами дослідження сформульовано такі основні висновки та рекомендації:

1. На основі узагальнення сучасних підходів до тлумачення сутності понять “збут”, “збутова діяльність”, “система збуту” уточнено і розвинуто їхнє змістове наповнення. Під збутом слід розуміти систему відносин, що виникає в

процесі товарно-грошового обміну, спрямованого на задоволення комерційних потреб суб'єктів ринку через виробництво або перепродаж товарів і послуг. Під збутовою діяльністю згідно з авторським визначенням необхідно розуміти цілеспрямовану організаційно-економічну діяльність, яка орієнтована на збільшення реалізації товарів і послуг шляхом урахування виробничого потенціалу, технологічного циклу продукції, інноваційної складової діяльності підприємства, маркетингового плану, логістичних зв'язків, механізмів сервісної підтримки, пріоритетів зовнішньоекономічної діяльності підприємства відповідно до стратегічного плану його розвитку, що забезпечує двосторонній зв'язок підприємства з бізнес-партнерами та бізнес-інфраструктурою. З урахуванням наведених визначень і наукових досягнень сучасної економічної думки під системою збуту запропоновано розуміти комплексне поєднання збутової структури підприємства та каналів збуту, що використовуються підприємством для здійснення збутової діяльності, при цьому під збутовою структурою розуміють елементи організаційної структури підприємства, які здійснюють управління збутовою діяльністю.

2. Визначено, що принципи управління збутовою діяльністю промислових підприємств відіграють важливу роль у процесі забезпечення ефективних взаємозв'язків між підприємством і покупцем, тому пропонуємо розглядати їх з урахуванням: виваженого вибору стратегії товарної політики відносно загальнокорпоративної стратегії розвитку; орієнтованості на досягнення кінцевого результату збутової діяльності, що полягає в забезпеченні відповідного рівня рентабельності підприємства; моніторингу ринку, що передбачає постійне дослідження змін стану ринку, вимог покупців промислової продукції; системності забезпечення ресурсами збутової діяльності, що передбачає формування тісних внутрішньокорпоративних ефективних взаємозв'язків господарської діяльності структурних підрозділів, які займаються збутовою діяльністю; адаптації до вимог внутрішнього та зовнішнього середовища з метою задоволення попиту та налагодження тісного взаємозв'язку між елементами збутової системи й ринковою кон'юнктурою; інноваційності, що передбачає застосування провідних інноваційних механізмів у виробництві товарів промислового призначення, підвищуючи їх попит і споживчу вартість. Застосування запропонованих принципів дозволяє використовувати інноваційні підходи в управлінні збутовою діяльністю.

3. На основі глибокого аналізу існуючих методичних підходів до визначення етапів оцінки ефективності збутової діяльності запропоновано методичний підхід до встановлення послідовності оцінки ефективності збутової діяльності з урахуванням дослідницького, аналітичного, операційного, удосконалюючого і стратегічного етапів. Використання вдосконаленого методичного підходу дозволяє не лише визначити максимально вигідні контракти, а й забезпечити мотивацію працівників відділу збуту, що підвищить продуктивність їх праці та ефективність збутової діяльності.

4. Аналіз діяльності машинобудівних підприємств показав, що на ефективність збутової діяльності впливають як чинники внутрішнього, так і зовнішнього середовища. Підтвердженням цього є динаміка основних показників діяльності машинобудівних підприємств Запорізької області. Питома вага високовольтної апаратури, виробленої машинобудівними підприємствами Запорізької області зросла у 2017 р. на 0,9% порівняно з

2016 р., але знизилася порівняно з 2015 р. на 3,4%. Чистий дохід АТ “Мотор Січ” у 2017 р. зріс на 43,66%, у той час як чистий прибуток підприємства зріс – на 58,02%, що позитивно характеризує динаміку розвитку. Водночас чистий дохід ПрАТ “Запоріжтрансформатор” у 2017 р. скоротився на 1,63%, що призвело до збиткової діяльності, спричиненої також випереджувальними темпами зростання собівартості реалізованої продукції над витратами на збут. Аналогічна ситуація спостерігається так само і на підприємстві ПрАТ “Запоріжкран”, чистий дохід якого збільшився у 2017 р. на 5,34%, але темпи зростання собівартості продукції випереджують темпи зростання чистого доходу, що також призвело до збиткової діяльності.

5. На основі опрацювання теоретичних і методичних засад управління збутовою діяльністю встановлено, що її ефективність забезпечується взаємодією маркетингових механізмів. Тому нами розширено маркетингові механізми управління збутовою діяльністю промислових підприємств з урахуванням показників, що їх характеризують. Удосконалення маркетингових механізмів управління збутовою діяльністю машинобудівних підприємств дозволило на основі витратного підходу створити матрицю рангів маркетингових механізмів. Використання матриці рангів та експертного опитування з урахуванням коефіцієнта конкордації дозволило машинобудівним підприємствам врахувати показники якості, сервісу, умови оплати, відгуки клієнтів і підвищити ефективність збутової діяльності.

6. Установлено, що ефективність збутової діяльності залежить від структури витрат на збут. З метою оптимізації витрат на збут, запропоновано методичний підхід до оцінювання ефективності збутової діяльності з використанням економіко-математичного моделювання, який враховує класифікацію витрат, на основі експертної оцінки значущості кожної складової збутових витрат та математичні обмеження, що дозволило визначити прогнозні показники ефективності та бюджет збутової діяльності.

7. Удосконалено методику формування маркетингової стратегії збутової діяльності на основі матриці Shell/DPM. Запропоновано маркетингові стратегії збутової діяльності машинобудівних підприємств Запорізької області: для АТ “Мотор Січ” та ПрАТ “Запоріжтрансформатор” рекомендовано стратегію підсилення конкурентних переваг, у той час як для ПрАТ “Запоріжкран” найбільш ефективною було визнано стратегію зростання бізнесу. Дана удосконалена методика надає можливість її використання в конкретних умовах і враховує специфіку роботи аналізованого підприємства, особливості економіки регіону, що вигідно відрізняє її від розроблених раніше аналогічних підходів.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

1. Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації

1.1. Монографії:

1. Терент'єва, Н.В., 2014. Взаємодія логістичного управління і збутової діяльності підприємств машинобудування. В: О.Г. Череп, ред. *Теоретико-методичні основи управління інноваційним механізмом розвитку суб'єктів господарювання і суспільства: монографія*. Запоріжжя: Запорізький національний університет. с. 134-150 (0,23 друк. арк.).

1.2. Публікації у наукових фахових виданнях України:

2. Терент'єва, Н.В., 2013. Теоретико-методичні засади збутової діяльності підприємств. *Вісник Запорізького національного університету: збірник наукових праць. Економічні науки*, №3 (19), с. 49-54 (0,51 друк. арк.).

3. Terent'yeva, N.V., 2014. The research methodology of the competitive potential of the machine-building enterprise. *Вісник Запорізького національного університету: збірник наукових праць. Економічні науки*, №4 (24), с. 45-53 (0,82 друк. арк.).

4. Терент'єва, Н.В., 2016. Принципи та функції управління збутовою діяльністю. *Вісник Запорізького національного університету: збірник наукових праць. Економічні науки*, №1 (29), с. 127-138 (0,89 друк. арк.).

1.3. Публікації у наукових виданнях України, що входять до міжнародних наукометричних баз даних:

5. * Терент'єва, Н.В., 2016. Управління збутовою діяльністю в системі управління підприємством. *Ефективна економіка*, [online] № 2. Доступно: <<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4783>> [Дата звернення 25 Лютий 2016] (0,83 друк. арк.) (**Міжнародна представленість та індексація журналу: Index Copernicus (Польща), Google Scholar (США)**).

6. * Терент'єва, Н.В., 2017. Аналіз ефективності методів оцінки управління збутовою діяльністю підприємств машинобудування Запорізької області. *Економічний аналіз: збірник наукових праць*, Т. 27, № 4, с. 280-288 (0,53 друк. арк.) (**Міжнародна представленість та індексація журналу: Index Copernicus (Польща), World Cat, Google Scholar (США), Windows Live Academic, Research Bible (Японія), Open Academic Journals Index (ОАІ) (США), Cite Factor**).

7. * Терент'єва, Н.В., 2018. Формування збутової стратегії за допомогою матриці Shell/Dpm для машинобудівних підприємств Запорізької області. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності: збірник наукових праць*, Вип. 17, с. 144-151 (0,56 друк. арк.) (**Міжнародна представленість та індексація журналу: Index Copernicus (Польща), WorldCat**).

8. * Терент'єва, Н.В. та Череп, О.Г., 2018. Аналіз методичних підходів до оцінювання ефективності управління збутовою діяльністю. *Економічний аналіз: збірник наукових праць*, Т. 28, № 1, с. 318-324 (0,47 друк. арк., особистий внесок автора: 0,25 друк. арк., визначено систему показників для оцінки ефективності управління збутовою діяльністю) (**Міжнародна представленість та індексація журналу: Index Copernicus (Польща), World Cat, Google Scholar (США), Windows Live Academic, Research Bible (Японія), Open Academic Journals Index (ОАІ) (США), Cite Factor**).

9. * Терент'єва, Н.В. та Череп, О.Г., 2018. Аналіз чинників, що впливають на управління збутовою діяльністю машинобудівних підприємств Запорізької області. *Вісник Хмельницького національного університету: науковий журнал. Економічні науки*, № 3, Т. 3 (258), с. 14-23 (0,91 друк. арк., особистий внесок автора: 0,60 друк. арк., виявлено негативні фактори, що впливають на

* Видання одночасно належить до наукових фахових видань України.

управління збутовою діяльністю машинобудівних підприємств Запорізької області) (*Міжнародна представленість та індексація журналу: Index Copernicus (Польща), Google Scholar (США)*).

2. Опубліковані праці апробаційного характеру:

10. Терент'єва, Н.В. та Череп, О.Г., 2013. Розвиток системи стимулювання збуту готової продукції підприємства в сучасних умовах. В: Н.М. Проскуріна, ред., Трансформаційні процеси в економіці держави та регіонів: VIII Міжнародна науково-практична конференція. Запоріжжя, Україна, 24-25 Жовтень 2013. Запоріжжя: ЗНУ (0,17 друк. арк., особистий внесок автора: 0,08 друк. арк., зазначені системи стимулювання збуту готової продукції).

11. Терент'єва, Н.В., 2014. Проблеми машинобудівного комплексу в контексті сучасного стану економіки держави. В: Видавництво Національного університету ДПС України, *Природокористування і сталий розвиток: економіка, екологія, управління: Міжнародна науково-практична конференція*. Ірпінь, Україна, 10-11 Квітень 2014. Ірпінь: Видавництво Національного університету ДПС України (0,02 друк. арк.).

12. Терент'єва, Н.В., 2014. Контролінг як інструмент управління асортиментною політикою підприємств машинобудування. В: А.В. Череп, ред., *Виклики та перспективи розвитку нової економіки на світовому, державному та регіональному рівнях: IX Міжнародна науково-практична конференція*. Запоріжжя, Україна, 23-24 Жовтень 2014. Запоріжжя: Видавництво ЗНУ (0,04 друк. арк.).

13. Терент'єва, Н., 2015. Особливості реклами промислового ринку. В: А.В. Череп, ред., *Управління соціально-економічним розвитком регіонів та держави: IX Міжнародна конференція студентів і молодих вчених*. Запоріжжя, Україна, 16-17 Квітень 2015. Запоріжжя: Видавництво ЗНУ (0,03 друк. арк.).

14. Терент'єва, Н.В., 2015. Система грейдів як інструмент мотивації персоналу. В: А.В. Череп, ред., *Виклики та перспективи розвитку нової економіки на світовому, державному та регіональному рівнях: X Міжнародна науково-практична конференція*. Запоріжжя, Україна, 15-16 Жовтень 2015. Запоріжжя: Запорізький національний університет (0,02 друк. арк.).

15. Терент'єва, Н.В., 2017. Реклама як метод не цінової конкуренції на сучасних ринках збуту. В: С.В. Ковальчук, ред., *Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України: XII Міжнародна науково-практична конференція*. Хмельницький, Україна, 29 Листопад – 2 Грудень 2017. Хмельницький: Хмельницький національний університет (0,11 друк. арк.).

16. Терент'єва, Н.В., 2018. Реалізація стратегії збутової діяльності в сучасних умовах господарювання промислових підприємств. In: Klaipeda University, *Economy and Management: Modern Transformation in the Age of Globalization: II International scientific conference*. Klaipeda, Lithuania, 23 March 2018. Klaipeda, Lithuania: Baltija Publishing (0,20 друк. арк.).

17. Терент'єва, Н.В., 2018. Особливості управління збутом на машинобудівних підприємствах. В: Д.М. Васильківський, ред., *Актуальні проблеми та перспективи трансформації міжнародних економічних відносин і світового господарства: XIV Міжнародна науково-практична конференція*.

Хмельницький, Україна, 20-21 Квітень 2018. Хмельницький: Хмельницький національний університет (0,12 друк. арк.).

3. Інші публікації, що додатково відображають результати дисертації:

18. Терентьева, Н.В. и Иванов, Н.Н., 2018. Концепция построения маркетинговых систем сбыта. *Економічний вісник Запорізького національного технічного університету: науковий журнал*, №1, с. 35-41 (0,57 друк. арк., особистий внесок автора: 0,40 друк. арк., запропоновано методологію побудови маркетингової системи збуту).

АНОТАЦІЯ

Терент'єва Н.В. Удосконалення управління збутовою діяльністю машинобудівних підприємств. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Запорізький національний університет Міністерства освіти і науки України, Запоріжжя, 2019.

Дисертаційна робота присвячена дослідженню та розробці теоретичних, методичних і практичних засад щодо підвищення ефективності управління збутовою діяльністю машинобудівних підприємств Запорізької області.

Систематизовано та вдосконалено методичний підхід до встановлення послідовності оцінки ефективності збутової діяльності. Удосконалено методику формування маркетингової стратегії збутової діяльності машинобудівних підприємств на основі матриці Shell/DPM.

Розроблено методичний підхід до оцінювання ефективності збутової діяльності з використанням економіко–математичного моделювання, який враховує структуру витрат на збут. На основі експертної оцінки значущості кожної складової збутових витрат запропоновано економіко-математичну модель з урахуванням математичних обмежень для визначення прогнозованих показників ефективності та бюджету збутової діяльності.

Удосконалено маркетингові механізми управління збутовою діяльністю машинобудівних підприємств. Надано визначення сутності понять “збутова діяльність”, “система збуту”, “збут”, як економічних категорій. Систематизовано принципи управління збутовою діяльністю промислових підприємств.

Ключові слова: збут, збутова діяльність, система збуту, управління збутовою діяльністю, ефективність, витрати, прибуток, чинники.

АННОТАЦИЯ

Терентьева Н.В. Совершенствования управления сбытовой деятельностью машиностроительных предприятий. – Квалификационный научный труд на правах рукописи.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.04 – экономика и управление предприятиями (по видам экономической деятельности). – Запорожский национальный университет Министерства образования и науки Украины, Запорожье, 2019.

Диссертационная работа посвящена исследованию и разработке теоретических, методических и практических основ по повышению эффективности управления сбытовой деятельностью машиностроительных предприятий Запорожской области.

Систематизирован и усовершенствован методический подход к установлению последовательности оценки эффективности сбытовой деятельности. Усовершенствована методика формирования маркетинговой стратегии сбытовой деятельности машиностроительных предприятий на основе матрицы Shell/DPM.

Разработан методический подход к определению эффективности сбытовой деятельности с использованием экономико-математического моделирования, который учитывает структуру расходов на сбыт. На основе экспертной оценки значимости каждой составляющей сбытовых расходов, предложена экономико-математическая модель с учетом математических ограничений для определения прогнозируемых показателей эффективности и бюджета сбытовой деятельности.

Усовершенствованы маркетинговые механизмы управления сбытовой деятельностью машиностроительных предприятий. Дано определение сущности понятий “сбытовая деятельность”, “система сбыта”, “сбыт”, как экономических категорий. Систематизированы принципы управления сбытовой деятельностью машиностроительных предприятий.

Ключевые слова: сбыт, сбытовая деятельность, система сбыта, управление сбытовой деятельностью, эффективность, расходы, прибыль, факторы.

SUMMARY

Terentieva N.V. Improving of the Management of Sales Activity of Machine-building Enterprises. – Qualifying scientific work on the rights of manuscripts.

Dissertation in order to obtain a degree of Candidate of Economic Sciences (Ph.D.) in a specialization 08.00.04 – Economics and management of enterprises (by types of economic activity). – Zaporizhzhia National University of the Ministry of Education and Science of Ukraine, Zaporizhzhia, 2019.

The dissertation is devoted to the research and development of theoretical, methodological and practical principles for increasing the efficiency of management of sales activities of machine-building enterprises of the Zaporizhzhya region.

The methodical approach to establishing a sequence of estimation of sales activity efficiency has been systematized and improved. The use of an advanced methodological approach allows not only identifying the most profitable contracts, but also providing of a motivation for sales staff, which will increase the productivity of their work and the efficiency of sales activities.

The methodology of forming a marketing strategy for sales activities of machine-building enterprises based on the Shell/DPM matrix has been improved by the author. The marketing strategies of the sales activity of the machine-building enterprises in Zaporizhzhia region were proposed by the author: for example, the strategy of strengthening of competitive advantages was recommended for JSC “Motor Sich” and PrJSC “Zaporozhtransformator”, while the strategy for business growth was recognized as the most effective for PrJSC “Zaporizhkrain”. It

was determined that the given methodology of forming of marketing strategy of sales activity is rather transparent, does not require special software or technical means and can be used both at the level of individual enterprises for control and correction of selected strategies, and for the development of marketing strategies of sales activities of enterprises of other sectors of the national economy.

The developed method of forming the marketing strategy of sales activity is quite transparent, does not require special technical means and can be used both at the level of individual enterprises - for monitoring and correcting strategic plans, and for enterprises of other sectors of the national economy.

It is established that the majority of methods for determining the efficiency of sales activities involves a comprehensive approach to valuation of sales activities, taking into account the costs of sales of machine-building enterprises in Zaporizhzhia region, which allows consideration of separate components of sales costs, rating of their significance and limitation of investment resources for the development of marketing activities.

Summarizing existing methods for assessing the efficiency of sales activities, we propose a methodical approach to optimizing the structure of sales costs, taking into account economic and mathematical modelling, which allows analyzing, forecasting and budgeting of sales activities, in particular - budgeting, taking into account certain components of the structure of costs.

The methodical approach to the estimation of efficiency of sales activity with the use of economical-mathematical modelling which takes into account the structure of sales expenses has been developed. On the basis of an expert assessment of the significance of each component of sales costs, an economics-mathematical model has been proposed, taking into account mathematical constraints, in order to determine the forecasted efficiency indexes and budget of sales activities.

Marketing mechanisms for managing the sales activities of machine-building enterprises have been improved. Improvement of marketing mechanisms allowed, on the basis of cost approach, creating a matrix of ranks of marketing mechanisms. The use of the matrix of ranks and the expert survey, taking into account the coefficient of concordance, allowed the machine-building enterprises taking into account quality indices, service, payment terms, customer feedback and increasing the efficiency of sales activities.

The definition of the essence of such concepts as “sales activity”, “system of sale”, “sales” as economic categories has been defined, and their content was refined and developed. The influence of external factors on the efficiency of sales activities of machine-building enterprises was analyzed. The principles of management of sales activities of industrial enterprises were systematized. The peculiarities of formation were revealed and the factors influencing management of sales activities of machine-building enterprises were analyzed by the author.

Key words: sales, sales activity, sales system, sales management, efficiency, costs, profit, factors.

ТЕРЕНТ'ЄВА НАТАЛІЯ ВАЛЕРІЇВНА

**УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ
МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління
підприємствами (за видами економічної діяльності)

АВТОРЕФЕРАТ
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Підписано до друку 13.02.2019. Формат 60×90/16.
Папір офсетний. Друк цифровий. Гарнітура Times.
Умовн. друк. арк. 0,9. Тираж 110 прим. Зам. № 41.

Запорізький національний університет

69600, м. Запоріжжя, МСП-41
вул. Жуковського, 66

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру видавців, виготівників
і розповсюджувачів видавничої продукції
ДК № 2952 від 30.08.2007