

Шубна О.В., к.е.н., доцент,
Крайня О.П., Риндін Г.Г., магістранти, МН 20-1зм,
Мовсісян А. Г., магістрант МН 20-1м
Донбаська державна машинобудівна академія

НОВІТНІ ІНСТРУМЕНТИ АНАЛІЗУ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ ВЕЛИКИХ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

В розвинутій ринковій економіці на першому місці стоять питання не виробництва, а збуту продукції. В умовах планової командно-адміністративної економіки на питання «Що?» і «Скільки?» виробляти відповідала держава через систему планів і директив, після розпаду Радянського Союзу більшість підприємств пострадянського простору стали перед проблемою пошуку ринків збуту на свою продукцію. На підприємства залишився науково-технічний потенціал, обладнання, працівники, але керівництво підприємств не могло знайти споживачів своєї продукції. Частина машинобудівних підприємств припинила своє існування, частина різко зменшила обсяги виробництва, орієнтуючись тільки на внутрішній ринок, а частина почала досліджувати ринки Європейських країн і розвивати свою збутову діяльність.

В сучасному світі питання збутової діяльності є надзвичайно актуальним для всіх підприємств та відіграє значну роль в системі виробничих відносин суспільства. Головним завданням у діяльності будь-якого підприємства є організація ефективної системи збуту, яка уможлиблює забезпечення необхідної конкурентоспроможності в умовах ринкової економіки та збільшення власного прибутку. Саме система збуту є центральною на підприємстві, завданням якої є доводити товари до споживача в тому місці та в тій кількості і якості, які є затребуваними, а також максимально використовувати свої можливості для покращення обслуговування покупців з мінімальними затратами.

Діагностика ефективності системи збуту передбачає не тільки розрахунок показників ефективності системи збуту, а й аналіз факторів, що вплинули на відхилення планових і фактичних показників збуту. Кількісна оцінка ефективності передбачає порівняння у динаміці та визначення темпів зміни і відхилення показників ефективності збутової діяльності.

Аналіз теоретичних джерел щодо оцінки ефективності збутової діяльності виявив значні розбіжності у точках зору як вітчизняних, так і зарубіжних авторів, отже є сенс проаналізувати основні методи дослідження збутової діяльності, яких за думкою І.А. Абрамовича [1] три і характеристику яких наведено у таблиці 1.

Таблиця 1 – Характеристика основних методів дослідження збутової діяльності підприємства

Метод	Зміст методу	Мета методу
метод зіставлення,	Передбачає у процесі зіставлення збутової діяльності підприємства оцінювати дані різних років (або інших періодів часу)	Оцінка ефективності збуту протягом тривалого часу
формально-логічний метод	Проводиться шляхом опитування спеціалістів галузі та фахівців торгових підприємств	Оцінка найближчих конкурентів, лідерів ринку збуту
економіко-математичні методи	Побудова математичних моделей	Визначення з високою вірогідністю стану ринку та перспективи його розвитку

Вітчизняними науковцями була також запропонована класифікація, що поділяла показники, які можуть бути використані при оцінці ефективності збутової діяльності промислового підприємства, на дві основні групи:

- показники економічного ефекту;
- показники, що опосередковано характеризують ефективність збуту.

Методологічні особливості розрахунку показників економічної ефективності збутової діяльності підприємств наведено у таблиці 2.

Таблиця 2 - Методологічні особливості розрахунку показників економічної ефективності збутової діяльності підприємств

Критерії порівняння	Показники економічного ефекту збутової діяльності	Показники, що опосередковано характеризують ефективність збуту
Мета розрахунку	Одержати оцінку ефективності збуту	Визначити вплив окремих факторів на збутову діяльність підприємства
Показники	Ефективність діяльності підприємства, маркетингу, збуту	Обсяги реалізації, доходу та прибутку, динаміка витрат, склад асортименту, динаміка цінової політики, втрати на рекламу
Методика розрахунку	$E = \frac{\text{Результат}}{\text{Зусилля}}$	Різноманітні

Таким чином, аналіз сучасних наукових джерел дозволив встановити, що поняття ефективності збутової діяльності – поняття системне, багатокритеріальне та вимагає аналізу, врахування і планування показників, що характеризують ефективність управління з різних позицій – з позицій, продавця, покупця, виконавця операцій (безпосередньо персоналу відділу збуту), виробника (виробничого персоналу), топ-менеджменту підприємства та інфраструктури ринку. Загалом питання оцінки ефективності управління збутовою діяльністю промислових підприємств на момент дослідження лише опрацьовується вітчизняною наукою, тому відрізняється значною кількістю методологічних підходів та активними дискусіями серед науковців та фахівців-практиків, що актуалізує необхідність розробки питань оцінки ефективності управління збутовою діяльністю підприємства. На нашу думку, подальші дослідження щодо можливості розрахунку комплексного показника оцінки ефективності управління збутовою діяльністю мають велике наукове та практичне значення як на мікрорівні (рівні окремих підприємств), так і на мезорівні (рівні регіону або галузі), що актуалізує важливість переосмислення основних питань оцінки ефективності збутової діяльності машинобудівних підприємств у сучасному періоді.

Література

1 Абрамович, І. А. Методичні підходи оцінки ефективності збутової діяльності. *Агросвіт*. 2014. № 4. С. 25-28.