



МАТЕРІАЛИ

**X науково-практичної
internet-конференції з
міжнародною участю
«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ
РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕВОЇ
ЕКОНОМІКИ, МЕНЕДЖМЕНТУ
ТА ЛОГІСТИКИ»**

(10 листопада 2022 р.)

ТЕЗИ	
Секція 1 Сучасні механізми активізації соціально-економічного розвитку і підвищення конкурентоспроможності на рівні галузі, регіону, підприємства	120
<p>Баєва О. І.¹, Васильченко О. О.², Ісакова О. І.² ¹ Національний фармацевтичний університет, м. Харків ² Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра Моторного, м. Мелітополь</p> <p>Актуальні проблеми формування зовнішньоекономічної безпеки України</p>	120
<p>Болдарь Г.Є., Короленко Р.О. Національний фармацевтичний університет, м. Харків</p> <p>Аналіз особливостей сучасного механізму правового регулювання ліцензування господарської діяльності з роздрібною торгівлі лікарськими засобами як фактору впливу на конкурентоспроможність</p>	123
<p>Грузіна І. А. Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця, м. Харків</p> <p>Компетентність організації як передумова підвищення конкурентоспроможності</p>	125
<p>Коляда Т. А. Національний фармацевтичний університет, м. Харків</p> <p>Державно-приватне партнерство як чинник модернізації національної економіки</p>	128
<p>Котис Н.В., Цицик Р.В. Західноукраїнський національний університет, м. Тернопіль</p> <p>Математико-статистичні методи як інформаційно-аналітична основа для прийняття управлінських рішень</p>	130
<p>Почерніна Н.В. Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного, м. Запоріжжя</p> <p>Інституційна стійкість туристичної галузі: механізми активізації на мета- та макрорівні</p>	133
<p>Пристемський О.С., Себро О.О. Херсонський державний аграрно-економічний університет, м. Херсон</p> <p>Методичні засади оцінки конкурентоспроможності фермерських господарств</p>	136

Самойленко В.В. <i>Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця</i> Аналіз ефективності збутової діяльності підприємства	139
Семигуліна І.Б. <i>Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку НАН України, м. Харків</i> Аналіз наукових підходів до визначення типології видів територій в Україні для використання в системі публічного управління	142
Синіговець О.М., Федоренко О.В. <i>Національний технічний університет "Харківський політехнічний інститут", м. Харків</i> Конкуренція українського міжнародного бізнесу в сучасному світі	145

6

Самойленко В.В.

Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця

Аналіз ефективності збутової діяльності підприємства Svita4448@gmail.com

У сучасних умовах розвитку ринкової економіки ключовим моментом діяльності підприємств є ефективна система збуту і її розвиток. Усе більш важливими постають питання якості і ефективності функціонування збутової системи підприємства, яка дозволить своєчасно виявляти проблеми, розробляти заходи щодо їх вдосконалення та забезпечення ефективності.

Збут є невід'ємним і одним із головних елементів щодо реалізації місії підприємства. Можна вважати, що ефективність діяльності підприємства в умовах ринкової економіки в цілому залежить перш за все від системи збуту. Необхідність обґрунтованого підходу до оцінки ефективності збутової діяльності кожного підприємств обумовлює актуальність та важливість його дослідження в умовах сьогодення.

З точки зору Азарової Т.В., аналіз ефективності збутової діяльності – це визначення відповідності результатів управління збутовою діяльністю встановленим цілям, ефективності самих стратегій та економічної ефективності управління збутовою діяльністю. Ефективність збутової діяльності, насамперед,

залежить від ринків збуту, що, своєю чергою, впливає на обсяги продажів, середній рівень цін, дохід від реалізації продукції, суму отриманого прибутку та безпосередньо пов'язана з управлінням [2]. У роботі Митрохіної Ю. П. ефективність збутової діяльності запропоновано оцінювати поетапно. Підготовчий етап: порівняти теперішню ситуацію у відділі збуту з ситуацією у минулому та з аналогічними ситуаціями; переоцінити бажані та досягнуті результати, з точки зору змісту та виконавців; з'ясувати, що потрібно зробити, щоб переконати споживача купити продукцію; провести класифікацію замовників за їхніми вимогами до обслуговування; вивчити, як надавати послуги з максимальною економічною вигодою у внутрішньому та/або у зовнішньому

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

аспекті; відобразити у структурі збутової діяльності характер, розмір та вимоги груп замовників, яким надаються послуги. Операційний етап полягає в організації збутової діяльності на основі робочого навантаження та з метою максимального збільшення часу збуту. Останній – контролюючий етап: вдосконалити процес наймання кадрів для максимального збільшення кількості працівників з високим потенціалом; розробити навчальні програми, які достовірно відображають реальні збутові завдання; перевірити наявність мотивації – у разі необхідності проводити дослідження та створити належні фінансові та не фінансові стимули; регулярно порівнювати продуктивність із завчасно встановленими критеріями; підвищувати продуктивність за допомогою кращого розуміння стосунків між покупцем та продавцем; використовувати технологічний прогрес для збільшення часу працівників збуту на творчі види діяльності [1].

Ритмічна, успішна діяльність підприємства передбачає, що загалом за не дуже короткі для підприємства проміжки часу (квартал) обсяги виробництва і реалізації збігаються. Однак у межах цих періодів ситуація може бути іншою: динаміка виробництва і реалізації відрізняється. Наприклад, за умови виробництва нової продукції, коли для ринку і споживачів товар є маловідомим, обсяги виробництва можуть суттєво перевищувати його реалізацію. Із зростанням попиту темпи зростання виручки можуть дорівнятися до темпів зростання обсягів виробництва [2]. У цьому випадку, щоб уникнути хибних висновків, слід брати до уваги особливості життєвого циклу продукції, яку виробляє підприємство. Динаміка виробництва і реалізації може бути тільки випадково і протягом коротких проміжків часу, адже падіння виробництва при збільшенні реалізації дуже швидко призведе до зниження реалізації також, оскільки реалізовувати буде нічого. Зниження реалізації негативно вплине на виробництво через нестачу оборотних засобів. Виробництво майже ніколи не відстає від реалізації [3]. Обсяг продажу безпосередньо впливає на інші сторони діяльності, а саме на: собівартість і рентабельність продукції, фінансовий стан

та конкурентоспроможність підприємства. До того ж, реалізацією завершується колообіг засобів підприємства. Кошти, що надійшли від продажу продукції, використовуються ним для придбання сировини і матеріалів, виплати заробітної плати і здійснення інших витрат. Саме тому в сучасних умовах надзвичайно важливим є налагодження ефективної системи аналізу реалізаційних процесів на підприємстві [3, с. 104].

Узагальнюючи результати проведених досліджень, можна зазначити, що організація збутової діяльності підприємства є ключовою ланкою між маркетинговою діяльністю та так званім фінішним комплексом всієї діяльності підприємства зі створення, виробництва та доведення продукту до споживача. Аналіз ефективності збутової діяльності підприємства є необхідними і надзвичайно важливими з позиції обґрунтування його перспективної збутової політики. Ефективність збутової діяльності, насамперед, залежить від ринків збуту, від потенціалу підприємства та обраної ним збутової політики. Аби забезпечити максимальну ефективність збутової діяльності підприємства, необхідно збільшити ефективність збутової діяльності всередині компанії та підготувати оптимальну систему мотивації менеджерів з продажу, орієнтовану на цілі і завдання збутової діяльності.

Список використаних джерел:

1. Балабанова Л. В. Управління збутовою політикою: навч. посіб. [Текст] / Л. В. Балабанова, Ю. П. Митрохіна. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 240 с.
2. Макалюк І.В. Сутність збутової діяльності підприємства та методологічна послідовність оцінювання її ефективності // Сучасні проблеми економіки і підприємництва. – 2019. – 9 с. – URL: <http://sbkeip.kpi.ua/index.php/2310-5534/article/view/160709>.
3. Спільник І. В.

Економічний аналіз: навч.-метод. комплекс дисципліни (для студентів економічних спеціальностей) / І. В. Спільник, О. М. Загородна. – Тернопіль: ТНЕУ, 2012. – 432 с., с. 104.