**Хрупович Світлана Євгенівна. Економічне оцінювання та управління збутовою діяльністю підприємств : дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / Національний ун-т "Львівська політехніка". - Л., 2005**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | Хрупович С.Є. Економічне оцінювання та управління збутовою діяльністю підприємств.-Рукопис. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.01- економіка, організація і управління підприємствами. – Національний університет “Львівська політехніка”, Львів, 2005.  Дисертацію присвячено вивченню актуальних питань економічного оцінювання та управління збутовою діяльністю пивоварних підприємств. На засадах узагальнення літературних джерел у роботі визначено місце збуту у господарській діяльності підприємства, уточнено категорії збутової діяльності, розкрито сутність, мету і принципи побудови системи управління збутовою діяльністю. На підставі проведеного маркетингового дослідження ринку пива, аргументовано стратегію позиціонування товару і сегментування для невеликих виробників. Удосконалено методичні положення щодо контролювання збутової діяльності. Дістали подальшого розвитку економічні оцінювання кон’юнктурного стану ринку із застосуванням аналітичних методів маркетингу. Розроблено модель організаційної структури управління відділом маркетингу і логістики на засадах інтеграції функцій маркетингу і логістики. | |
| |  | | --- | | У дисертації наведені наукові та практичні результати, які містять теоретичні узагальнення і нові погляди на вирішення проблеми економічного оцінювання та управління збутовою діяльністю підприємств. Це знайшло відображення в розробці теоретико-методичних і прикладних засад з даної проблематики, що сприятиме активізації збутової діяльності вітчизняних виробників пива. Результати дослідження дають підстави для наступних висновків:  1.Удосконалено понятійний апарат збуту, в межах якого встановлено необхідність розгляду економічної категорії “збут” як підсистеми господарської діяльності підприємства, і визначено складові цієї підсистеми: розподіл і реалізацію. В результаті аналізу різних точок зору, автором визначено, що управління збутовою діяльністю підприємств – це орієнтована на досягнення завдань організації управлінська діяльність, пов’язана із формуванням попиту на товари і послуги виробника, їх реалізацію за допомогою інтенсифікації цього попиту.  2. Проведені маркетингові дослідження ринку дозволили виявити місце невеликих виробників пива Західного регіону України, підтвердили, що в країні формується культура споживання алкогольних напоїв, зорієнтована на європейські “пивні” традиції. Це потребує вироблення маркетингової стратегії збутової діяльності, орієнтованої на достатньо великий сегмент споживачів непастеризованого пива в регіоні.  3. В результаті оцінки стану збутової діяльності виявлені позитивні тенденції збільшення обсягів реалізації продукції всіх досліджуваних пивоварних підприємств. Це обумовлює необхідність подальшого розвитку пивоварної промисловості Західного регіону України. Проте, за методом інтегральної оцінки конкурентоспроможності із врахуванням кількісних та якісних характеристик марок пива, виявлено низьку конкурентоспроможність невеликих підприємств, що вимагає удосконалення системи управління збутовою діяльністю регіональних виробників.  4. Раціональним напрямком економічного оцінювання збутової діяльності є обґрунтування класифікації та напрямків формування збутових витрат. У дисертаційній роботі запропоновано групувати ці витрати з урахуванням організаційно-економічних особливостей галузі пивоваріння відповідно до виконуваних функцій, а саме: дослідження ринку; підготовка до реалізації; розподіл і реалізація; реклама і стимулювання збуту.  5. Поглиблений аналіз тенденцій розвитку і регіонального розміщення підприємств пивоварної промисловості дозволив виявити, що більш як 50 відсотків ринку пива контролюють великі іноземні компанії, а частка малих і середніх регіональних виробників зменшується. Врахування цих чинників вимагає трансформації галузевої структури вітчизняної пивоварної промисловості з метою утворення конкурентоспроможного кластера невеликих підприємств із значною часткою українського капіталу у загальній структурі акціонерного капіталу.  6. Для забезпечення розвитку і взаємоузгодженості елементів системи управління збутовою діяльністю запропоновано методичні рекомендації щодо контролювання дієвості збутової мережі, розроблені за кількісними та якісними показниками збуту. Поетапна оцінка цих показників (ефективність діяльності організаційної структури управління відділом маркетингу; ефективність збутових витрат; ефективність системи розподілу; рівень обслуговування клієнтів) дозволить визначити вплив елементів системи управління збутовою діяльністю на кінцеві результати діяльності пивоварного підприємства.  7. Оцінка кон’юнктури ринку пива, яка поєднує маркетингові засоби та математично-статистичний інструментарій, дозволяє визначити перспективи зростання обсягів збуту пивоварних підприємств. Запропоновані в роботі аналітичні методи маркетингу, а також методи сценаріїв та експертних оцінок, уможливлюють побудову середньо - і довготермінових прогнозів розвитку як ринку пива, так і збутових стратегій виробників.  8. Запропоновано шляхи удосконалення функціональної складової системи управління збутовою діяльністю, а саме:  модель організаційної структури управління відділом маркетингу і логістики, побудовану на засадах інтеграції функцій маркетингу та логістики в систему менеджменту підприємства з метою раціонального залучення матеріальних, фінансових та інформаційних потоків;  авторегресивну модель, що відображає теоретичну кількісну залежність обсягів реалізації та маркетингових витрат різних часових періодів і яку можна реалізувати за допомогою пакету прикладних програм STATISTIKA.;  для оптимізації транспортних витрат використовувати маршрутизацію перевезень, що ґрунтується на раціональних транспортних технологіях і встановлених графіках доставки продукції споживачам і уможливлює організацію товароруху з мінімальними витратами;  формувати цінову політику у розрізі надання запропонованого комплексу знижок з метою підвищення рівня обслуговування клієнтів.  На підставі результатів дисертаційного дослідження можна запропонувати:  Міністерству промислової політики України використовувати результати дослідження при створенні сприятливого мікро - і макросередовища для розвитку середнього бізнесу у пивоварній промисловості;  галузевому об’єднанню ЗАТ “Укрпиво” використовувати рекомендації щодо удосконалення системи управління збутовою діяльністю на невеликих регіональних підприємствах *–* з метою підвищення їх конкурентоспроможності. | |