

# ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА РИНКУ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

студентка гр. Мкмс-41/2с **Бреус О.С.**,

к.е.н., доц. **Біловодська О.А.**

*Сумський державний університет (Україна)*

В умовах сучасної економіки України ефективність діяльності підприємств всіх галузей, розмірів, форм власності залежить в значній мірі від ефективності функціонування їх збутових систем. Застосування концепції маркетингу дає змогу створити ефективну основу управлінської, господарської і виробничо-збутової діяльності підприємства як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках. На принципах маркетингу мають будувати свою діяльність всі українські фірми.

На основі офіційної інформації [1] нами проведено аналіз стану збутової діяльності ТОВ «Будинок моделей «Петро Сорока», який дав такі результати.

Аналіз збутових витрат підприємства дозволяє говорити про зміни, які відбулися на підприємстві протягом досліджуваного періоду (2012 – 2013 рр). Так, частка збутових витрат по відношенню до витрат операційної діяльності та обсягу реалізації продукції поступово зменшувалась, що свідчить про ефективність збутової діяльності та щорічне збільшення її результативності та зростання віддачі збутових витрат. Крім того, слід відзначити незначне зростання показників протягом останніх років. Зокрема чистий прибуток від реалізації виготовленої продукції в 2013 році порівняно з 2012 роком виріс на 4,5%, що дає підстави стверджувати про повільне нарощування виробничих потужностей та активізацію збутових зусиль підприємства. Однак при цьому показники рентабельності продажу та рентабельності продукції в 2013 році помітно зменшилися, це явище спричинене тим, що собівартість продукції постійно зростає через подорожчання сировини (тканин і фурнітури).

На основі проведеного ABC- та XYZ-аналізу зроблено висновок, що підприємство має скоротити кількість одиниць продукції товарних груп: пальта і пончо, брюки та комбінезони і спідниці для того, щоб інтенсифікувати власні зусилля на збуті найбільш затребуваних і популярних моделей із товарних ліній: костюми, сукні та сарафани і блузи та туніки.

Встановлено, що у своїй діяльності підприємство використовує прямий збут через власні фірмові магазини у регіонах України та Росії, а також непрямий збут через велику кількість посередників (збутові філії, фірмові відділи та торговельні представництва, також збут здійснюється через великих та малих оптових покупців). Тобто ТОВ «Будинок моделей «Петро Сорока» використовує комбіновану систему розподілу. В такій системі виробник не може впливати на діяльність посередників, що реалізують його продукцію, не може контролювати та координувати їх діяльність та налагоджувати міцні контакти зі споживачами. Тому не можна гарантувати, що буде досягнута така мета, як задоволення потреб споживача. Всі незалежні посередники намагаються досягти своєї мети – отримувати великі прибутки і діють лише в своїх інтересах, що часто шкодить іміджу та репутації торгової марки.

Організаційна структура фірми є недостатньо ефективною за сучасних ринкових умов. Підрозділи виконують свої функції не скоординовано і

автономно від інших. Це призводить до того, що підприємство не може швидко та ефективно реагувати на зміну попиту, ринкової кон'юнктури, вподобань та потреб споживачів, тенденцій моди і коригувати свою діяльність залежно від цих змінних факторів. Вважаємо, що підприємство має організувати нову організаційну структуру, в якій маркетинговий відділ повинен активізувати функції щодо координації роботи інших підрозділів фірми.

Підприємство витрачає великі кошти на зберігання на складах і транспортування в регіональні збутові філії тих товарів, які не користуються попитом серед покупців (не реалізуються і зберігаються на складах і в магазинах). Саме тому підприємству необхідно зменшити кількість товарних одиниць по тих групах, які не мають попиту, для того щоб економити кошти на виробництві, зберіганні, упакуванні, транспортуванні та інших операціях, і активізувати свою збутову діяльність на популярних товарних позиціях. виправивши ці помилки в системі збуту та асортиментній політиці, ТОВ «Будинок моделей «Петро Сорока» зможе більш ефективно здійснювати свою діяльність і більш швидко досягати фінансового успіху.

Загалом проведена оцінка динаміки показників ефективності збутової діяльності досліджуваного підприємства дає можливість стверджувати, що протягом останніх років воно покращило свою збутову діяльність, пристосувавши її до вимог ринкового середовища. В оцінці прослідковувалося зменшення питомої ваги чисельності працівників, які займаються збутом, але обсяги реалізації в розрахунку на одного працівника системи збуту зросли в 1,4 рази і склали 493,22 тис. грн.; зросла оборотність товарних запасів в 1,2 рази, з чого можна судити про підвищення фінансового успіху підприємства, оскільки активний обіг забезпечує збільшення обсягів продажу і сприяє отриманню більших доходів.

1. Офіційний сайт БД «PetroSoroka» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://petrosoroka.com/>.

Бреус, О.С. Оцінка ефективності збутової діяльності на ринку легкої промисловості [Текст] / О.С. Бреус, О.А. Біловодська // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції імені проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 27 травня 2015 р. / За заг. ред.: О.В. Прокопенко, М.М. Петрушенка. — Суми : СумДУ, 2015. — С. 308-309.