

УДК 331.522

ПРО ДЕЯКІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙ У ЗБУТОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Полянська А.С.

ІФНТУНГ, 76019, Івано-Франківськ, Карпатська, 15, e-mail:public@ifdtung.if.ua

Рассматриваются тенденции развития сбытовой деятельности отечественных предприятий на основании использования современных концепций управления – маркетинга и логистики, анализируется влияние использования элементов логистики на конечные результаты деятельности предприятий. Выделены основные аспекты инновационных процессов в сбытовой деятельности.

Досвід діяльності зарубіжних підприємств свідчить про те, що необхідною умовою ефективного ведення господарства в умовах ринку є раціональна його організація. Під поняттям “раціональна організація” мається на увазі така побудова відносин, зв’язків та процесу діяльності різних сфер господарювання, яка відповідає логіці ведення господарства, а саме: виробляти ту продукцію, яка користується попитом, продавати так, щоб забезпечити прибуток, купувати необхідну сировину і матеріали з найменшими затратами, зберігаючи при цьому порядність та надійність взаємовідносин. Говорячи про такий підхід до політики господарювання, необхідно звернутись до інновацій – процесу втілення нових форм організації та управління, що охоплюють діяльність підприємств, окрім галузі його діяльності.

Інновації у збутовій діяльності – це, насамперед, ринковий підхід до управління даною сферою діяльності, який на вітчизняних підприємствах реалізується через втілення таких концепцій управління як маркетинг і логістика.

Спроби використання маркетингу, якому останнім часом приділяється значна увага у вітчизняній економіці, не завжди дають можливість отримати очікуваний результат. Зумовлено це тим, що потенціал маркетингових засобів не завжди має сприятливі передумови для реалізації. Адже маркетинг - це ринкова ідеологія ведення господарства. Українська економіка переживає етап входження у цей ринок, тут тільки формуються ринкові відносини. Тому доцільно звернутись до зарубіжного досвіду і прослідкувати, як відбувався процес становлення маркетингу.

The article investigates tendencies of sailing activity of ukrainian enterprises. The attention is concentrated on the modern methods of management - logistic and marketing. At the context of innovation processes in the sailing activity the main elements of these conceptions are considered.

На початку двадцятого століття загострення проблем із збутом продукції у Сполучених Штатах Америки зумовив появу нової концепції вдосконалення збутової діяльності, яка пізніше вдосконалилась у маркетингову концепцію. В Україні сьогодні склалася ситуація, для якої є характерною потреба у використанні концепції вдосконалення збутової діяльності [5].

Реалізація такої концепції є можливою тільки на основі удосконалення процесу організації та управління збутовою діяльністю на підприємстві шляхом забезпечення:

- організації чи удосконалення організаційної структури підрозділу, який займається збутом через надання йому нових функцій;
- поліпшення стратегічного планування збутової діяльності через удосконалення контрактної політики підприємства і зважену цінову політику;
- використання методів оперативного регулювання збутової діяльності з використанням елементів збутової логістики.

Якщо перші два напрямки уже знайшли певне використання у практиці управління вітчизняними підприємствами, то поняття збутової логістики потребує додаткових зусиль щодо їх поширення.

Збутова логістика – це така організація і управління товарорухом продукції від виробника до споживача, яка дає змогу з найменшими втратами і в найкоротші терміни забезпечити збут виробленої продукції. Завдання збутової логістики відповідають таким принципам: постачати в необхідний час, необхідне місце, необхідній кількості, необхідної якості з мінімальними витратами [2, 3, 4].

Збутову логістику можна умовно поділити на внутрішню та зовнішню. Завданням першої є оптимізація руху продукції від місця виробництва продукції до місця її зберігання (внутрішньовиробнича логістика). Завданням зовнішньої збутової логістики є оптимізація процесу просування продукції підприємства з моменту його відправлення зі складу підприємства покупцеві чи споживачеві. Умовно схему організації збутової логістики можна зобразити таким чином (рис.1).

Збут завжди був і є одним із центрів генерування витрат. Однак, як правило, управління цією категорією витрат є незадовільним через те, що витрати на цю частину процесу виробництва і реалізації кінцевої продукції розподіляються на весь економічний процес. Ще одна причина полягає в тому, що ці витрати є скоріше прихованими і не демонструються зведеними воедино, як це відбувається при здійсненні важливих економічних операцій. Переміщення товарів та їх складування є компонентами тієї ж самої діяльності щодо збуту [1, с.91].

Ефективність збутової діяльності підприємства можна визначити на основі таких показників:

1. Обсяг реалізованої продукції.
2. Витрати на зберігання.
3. Транспортні витрати.

$$Ц = [C + 3в] + Пр \Rightarrow \text{конкурентоспроможна}$$

$$[C + 3в] \Rightarrow \min \tag{1}$$

$$Пр \Rightarrow \max$$

Критерієм, що дає змогу узагальнити та об'єднати вищевказані показники і оцінити ефективність збутової логістики на підприємстві, є ціна продажу продукції. Пояснити це можна тим, що ціна є одним з важливих показників конкурентоспроможності продукції підприємства. А оскільки завданням збутової логістики є оптимізація матеріальних потоків з метою мінімізувати витрати, пов'язані із збутом продукції, то зменшення цих витрат дасть змогу коригувати ціну таким чином:

де: Ц – ціна продажу продукції; С – собівартість виробництва продукції; 3в - загальні ви-

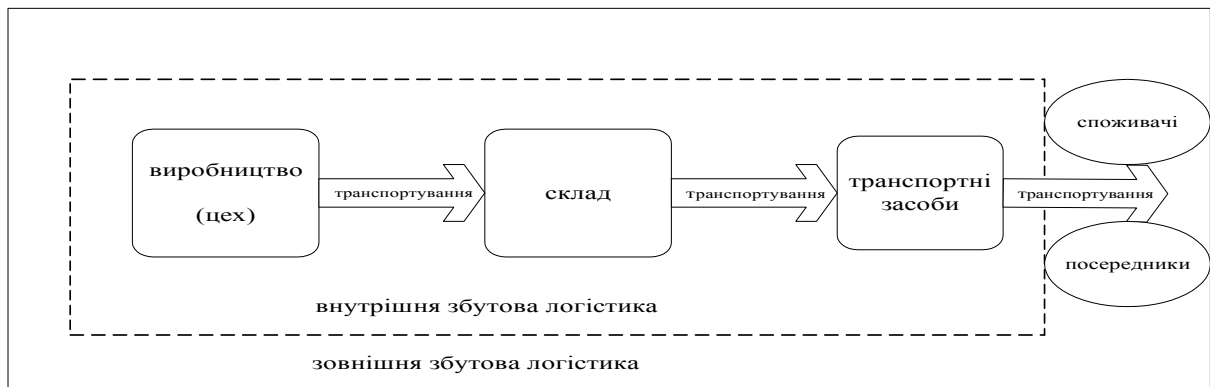


Рисунок 1 - Схема збутової логістики підприємства

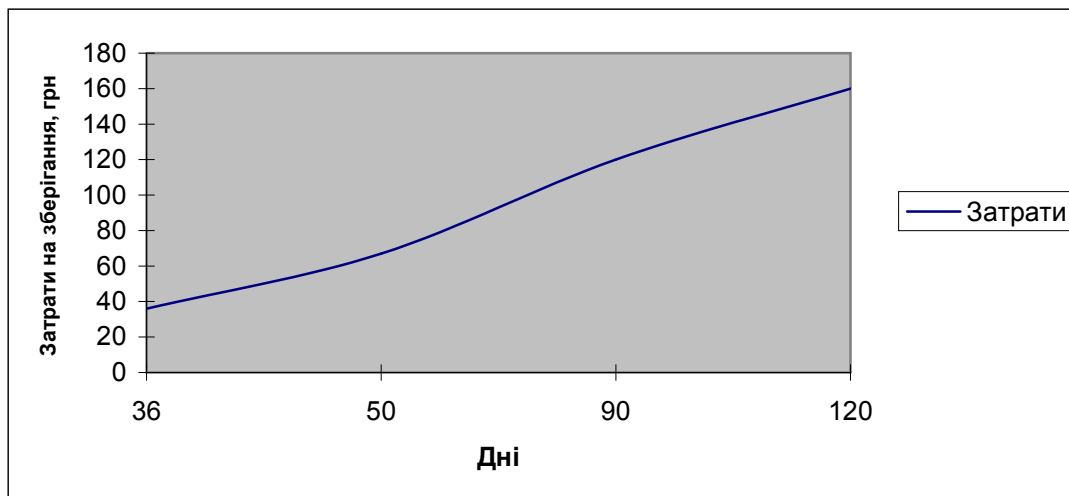


Рисунок 2 - Залежність вартості зберігання від тривалості перебування продукції на складі

трати на збут продукції; Пр- прибуток.

Модель, за допомогою якої можна описати витрати на збут продукції має вигляд

$$Z_v = Bc + T_v \rightarrow \min, \quad (2)$$

де: Bc - витрати на складування продукції; T_v – транспортні витрати.

Таким чином, мінімізація витрат на збут продукції в межах встановленої конкурентоспроможної ціни уможливує збільшення прибутку підприємства, а найважливішими елементами збутової логістики є складування продукції та її транспортування. Це зумовлено тим, що витрати, пов'язані з організацією даних видів діяльності, впливають на кінцеву ціну продукції. Зокрема, зберігання продукції на складі потребує певних затрат; чим довше вона зберігається, тим більші витрати. Дану залежність зображено на рис. 2, з якого очевидно, що збільшення кількості днів зберігання зумовлює збільшення витрат підприємства.

Окрім того, затоварювання складів – це вилучення обігових коштів підприємства. Тому завданням збутової логістики є створення оптимальних розмірів запасів, які б забезпечили зберігання продукції з мінімальними витратами, а також така організація товароруку, яка б пришвидшила оборот складу. Необхідно враховувати, що слабкий збут продукції призведе до додаткових витрат, пов'язаних із зберіганням надлишку продукції, а також зменшить надходження від реалізації, що в свою чергу зменшить прибуток. Разом з тим, неповне використання складських приміщень збільшує витрати на складування продукції. На рис. 3 зображено залежність між обсягами прибутку і затратами

на зберігання продукції. Як видно із рисунка 3, із збільшенням затрат на зберігання зменшується прибуток підприємства.

Не менш важливим елементом витрат на збут продукції є затрати на транспортування. Завданням збутової логістики є оптимізація витрат, пов'язаних із транспортуванням продукції за допомогою регулювання транспортних витрат та вибору транспортних засобів. Особливо важливим це питання є для підприємств, які займаються зовнішньоекономічною діяльністю і стосується воно умов поставок продукції. Дані витрати пов'язані із поставками продукції. Їх розмежовують між продавцем і покупцем.

Ці витрати включають такі елементи: витрати на доставку до основного перевізника, страхування перевезення, навантаження на основний транспорт, оплата основного транспорту, сплата митних процедур та ін.

Отже, оновлення процесів збутової діяльності вітчизняних підприємств потребує пріоритетного вирішення таких питань:

- реорганізації діяльності підприємств і ринкової орієнтації їх діяльності;
- використання сучасних концепцій управління і регулювання діяльності підприємств з метою пристосувати їх до умов конкурентного середовища;
- здійснення аналізу і оцінки витрат, що супроводжують збутову діяльність з метою контролю та пошуку шляхів їх зменшення.

Використання елементів збутової логістики у діяльності вітчизняних підприємств на основі виокремлення, аналізу та оцінки витрат, що її супроводжують, дасть змогу здійснювати вартісну оцінку збутової діяльності, що, в

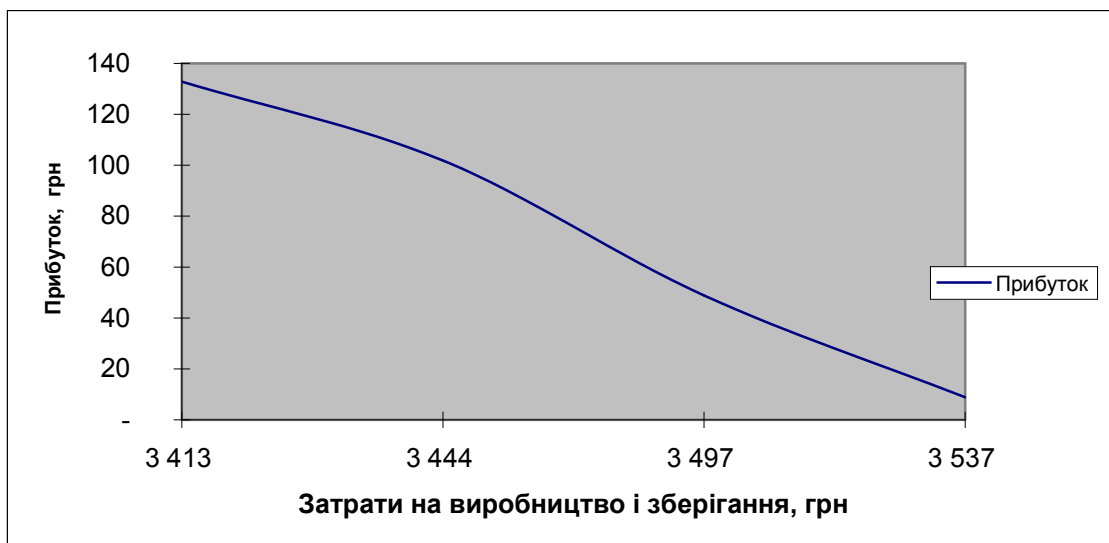


Рисунок 3 - Залежність прибутку від витрат на зберігання

свою чергу, створить передумови для можливостей оперативної реакції органів управління збутовою діяльністю на відхилення, які можуть виникати в процесі господарської діяльності з формуванням відповідних управлінських впливів.

Таким чином, інноваційні процеси у збутовій діяльності шляхом застосування маркетингових підходів визначають діяльність підприємств відповідно до умов конкурентного середовища і забезпечують виробництво конкурентоспроможної продукції та ціну ринкової рівноваги, а масштабне використання елементів логістики дасть змогу організувати процес виробництва, включаючи сфери постачання і збуту таким чином, щоб забезпечити виконання поставлених перед підприємством завдань.

Література

1. Дракер П.Ф. Управление, нацеленное на результат: Пер. с англ. – М.: Технологическая школа бизнеса. – 1994. – 200с.
2. Кальченко А.Г. Логистика: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2000. – 148 с.
3. Крикавський Є. Логистика підприємства: Навч. посібник. – Львів: Державний університет “Львівська політехніка”. - 1996. – 160 с.
4. Неруш Ю.М. Коммерческая логистика: Учебник для вузов. – М.:Банки и биржи. ЮНИТИ. - 1997.- 271 с.
5. Полянська А.С. Про значення маркетингу для формування сприятливого підприємницького середовища// Теорія і практика підприємництва Проблеми вивчення та економічної просвіти в Україні. Матеріали Міжнародного літнього економічного семестру, Трускавець, 29.07.1996 . - Львів, 1997. - С. 98 - 102.

УДК 657

БУДІВНИЦТВО: ДОХОДИ ЗА НАЦІОНАЛЬНИМИ ПОЛОЖЕННЯМИ (СТАНДАРТАМИ) ТА ПОДАТКОВИМ ЗАКОНОДАВСТВОМ

Т. Я. Коцкулич

ІФНТУНГ, 76019, Івано-Франківськ, Карпатська, 15, тел. (03422) 40137

Рассматриваются особенности определения суммы дохода и его распределения между отчётными периодами в строительстве. Обращается внимание на существенную разницу сумм доходов, определённых согласно с налоговым законодательством и Положением (стандартом) бухгалтерского учёта 18 «Строительные контракты».

Фактично з моменту скасування Положення про організацію бухгалтерського обліку та фінансової звітності (затвержені постановою Кабінету Міністрів України від 03.04.93р. №250) будівельні організації були позбавлені нормативного регулювання бухгалтерського обліку витрат і доходів. Таке положення пояснюється тим, що дія П(с)БО 15 “Дохід” і 16 “Витрати” не поширювалась на будівельні контракти, а П(с)БО 18 “Будівельні контракти” ще не було затверджено.

Частково ця проблема вирішилась у червні 2000 року після внесення змін до П(с)БО 15 “Дохід” і 16 “Витрати”. Відтоді будівельні організації керувались П(с)БО 15 і П(с)БО 16 у повному обсязі. Щодо П(с)БО 16, то передба-

Peculiarities of revenue recognition and its allocation between the accounting periods in building industry are considered. Essential difference between the revenues determined according to the tax legislation and Accounting Statement (Standard) 18 “Construction Contracts” is stressed.

чалось, що будівельні організації використовуватимуть його з урахуванням особливостей, які будуть обумовлені у П(с)БО 18 “Будівельні контракти”, який затверджено тільки 28.04.2001р. таким чином, будівельники і П(с)БО 16 використовували на свій розгляд аж до моменту прийняття П(с)БО 18. Цей галузевий стандарт введено з ряду причин, пов'язаних з особливістю будівельної галузі. Одна з цих причин полягає в тому, що період будівництва може тривати декілька звітних періодів, і тому виникає проблема визначення суми доходу за кожен звітний період.

Доходи і витрати протягом будівельного контракту за П(с)БО 18 визнаються особливим чином, а саме з урахуванням ступеня заверше-