

T_t – темп росту продуктивності праці;
 T_o – темп росту швидкості обертання оборотних активів;
 T_f – темп росту фондівдачі.

Підвищення інтегрального темпу економічного зростання можна досягнути за рахунок збільшення якісних показників, тобто за допомогою підвищення рівня інтенсифікації на підприємстві.

Вирішальною умовою підвищення рівня господарської діяльності підприємства є інтенсивний шлях розвитку підприємства, який передбачає введення на підприємстві нової техніки, комплексну механізацію, покращення технології, підвищення продуктивності праці.

Використана література

1. Болюх М. А. Економічний аналіз: Навч. посібник / М. А. Болюх, В. З. Бурчевський, М. І. Горбаток та ін.; За ред. акад. НАНУ, проф. М. Г. Чумаченка. — [Вид. 2-ге, перероб. і доп]. — К.: КНЕУ, 2003. — 556 с.
2. Бородич С.А. Эконометрика: Учеб. Пособие / С. А. Бородич – Мн.: Новое знание, 2001. – 408с.
3. Барабаш Н., Кумченко Т. Методики аналізу ефективності господарської діяльності підприємства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня кандидата економічних наук: 08.00.02 / Н. Барабаш Т. Кумченко Вісник КНТЕУ 4/2004 – 44 с.

УДК 338

Христина Ткач, ст. гр. БЕ–51

Науковий керівник – к.е.н., асистент Гарматій Н. М.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА В КОНТЕКСТІ ОПТИМІЗАЦІЇ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ

Khrystyna Tkach

STRATEGY DEVELOPMENT OF THE ENTERPRISE PROMOTION POLICY IN THE CONTEXT OF INVENTORY OPTIMIZATION

Характеристика підприємства починається з аналізу виробничо-господарської та фінансової діяльності, яка зумовлюється виробництвом продукції та забезпеченні споживачів продукцією.

Будь-яке підприємство для ефективної діяльності використовує стратегії, що базуються на дослідженні ринку, встановленні взаємозв'язків з товаровиробниками та покупцями, пошуку найбільш ефективних каналів і форм реалізації продукції, яка повинна відповідати найвищим вимогам споживачів, контролі за процесом реалізації товарів з метою зниження витрат обігу та прискорення реалізації.

Збутова стратегія для повного функціонування вимагає необхідного організаційного забезпечення, яке повинно включати наступні елементи [1]:

- повне інформаційне забезпечення;
- організацію продажу;
- торгові комунікації;
- організацію товароруку;
- організацію правової та претензійної роботи;
- належне вивчення вітчизняного та зарубіжного досвіду;

Для оптимального визначення запасів та вибору правильної збутової стратегії на підприємстві необхідно враховувати такі чинники: витрати підприємства повинні

мінімізуватись, тобто купівля та доставка, зберігання товару, обсяг замовлення має відповідати обсягу реалізації (для харчових підприємств); визначити ситуацію і середовище в якому перебуває підприємство, витрати пов'язані з пошуком нових клієнтів; визначити витрати пов'язані із нестачею сировини для виготовлення продукції; визначити максимальну і мінімальну потужність підприємства; визначити час для формування (виготовлення) продукції, площі складських приміщень для зберігання; визначити узагальнюючі, сумарні витрати всього підприємства для подальшого функціонування та вибору стратегії збутової політики.

Для вибору ефективності руху товарів і контролю за збутовою діяльністю необхідно визначити витрати товарообігу за рік, для цього потрібно врахувати узагальнюючі показники, а саме:

- Кзс – кількість замовлень контрагентами;
- Ос – середній обсяг замовлення продукції;
- Цз – витрати на зберігання продукції;
- Тс – середній термін зберігання продукції;
- Цт – витрати на транспортування;
- Ца – адміністративні витрати підприємства;
- Цзб – витрати на збут та розміщення замовлення в точках продажу;
- Дз – середній дефіцит запасів продукції.

Вище перелічені показники розраховуємо за потрібний нам період тобто за рік. Отже, модель витрат товарообігу буде мати наступний вигляд:

$$V_z = (Цз + Тс + Цт + Ца + Цзб + Дз) * Кзс * Ос \rightarrow \min \quad (1)$$

Мінімізація загальних витрат на здійснення руху товарів, прискорення реалізації, а отже, й оборотності коштів має бути метою функціонування всієї системи товароруку. Ефективність товароруку зумовлюється ефективністю управління товарними запасами, яке може здійснюватися на основі однієї зі стратегій: «фіксований розмір замовлення», «фіксований інтервал», «сам на сам», які найбільш повно враховують особливості діяльності підприємства та його постачальників.

Також необхідно враховувати й інші показники для більш повного забезпечення інформацією, а також правильного вибору збутової стратегії. Такими чинниками можуть бути норми оптимального запасу продукції та оптимальна партія відправлення готової продукції.

Для розрахунку норми запасу у днях, потрібно визначити співвідношення абсолютного розміру до середньодобового обсягу випуску продукції [2]:

$$Спз = \frac{Сабс.}{\bar{A}} \quad (2)$$

де \bar{A} - середньодобовий обсяг випуску продукції;

Сабс. – абсолютний розмір запасу.

Для оптимізації збутових запасів приймається оптимальна партія відправлення готової продукції, що визначається за формулою Уілсона [3]:

$$EQQ = \sqrt{\frac{2 \times F \times D}{H}} \quad (3)$$

де: EQQ - обсяг партії, од.;

F - вартість виконання одного замовлення;

D - величина витрат запасів за той же період, од.;

H - витрати на утримання одиниці запасів ТМЦ за деякий період, в тому числі витрати по зберіганню, транспортуванню, страхуванню разом з рівнем прибутку на інвестований в запаси капітал.

Виробниче підприємство це багатогранна система з внутрішньою та зовнішньою структурою, взаємозв'язками яка повинна забезпечувати своє функціонування цілеспрямовано, а отже і мінімізувати власні витрати. Але не завжди так можливо, тому керівництво і дослідницький відділи мають вчасно реагувати на зміни будь - яких показників і приймати корисні й необхідні рішення для попередження та вирішення проблем. Дотримання необхідних правил та рекомендацій у діяльності підприємства забезпечить формування ефективної системи створення товарно-матеріальних запасів і механізм для вірного функціонування обраної стратегії.

Використана література

1. Азаренко Г.М., Журавель Т.М., Михайленко Р.М. Маркетинг промислового підприємства: Навчальний посібник для самостійного вивчення дисципліни. К., 2009. – 159 с.
2. Мочаліна З. М. Навчально-методичний посібник «Фінансовий менеджмент» Харків – ХНАМП – 2006.
3. О. Ф. Оснач В. П. Пилипчук Л. П. Коваленко К: Центр учбової літератури «Промисловий маркетинг», 2011. – 364 с.

УДК 620.92

Софія Федорій, аспірант

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ПОБУДОВИ СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНИХ МОДЕЛЕЙ ПРОЦЕСУ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ БІОЕНЕРГЕТИКИ

Sofiiia Fedorii

FEATURES OF CONSTRUCTING THE STRUCTURAL AND FUNCTIONAL MODELS OF THE BIOENERGY ENTERPRISES POTENTIAL STRATEGIC DEVELOPMENT

В Україні відсутня чітка централізація державної політики в біоенергетиці, яка не має окремої структури, а створюється, як сектор, в структурі агропромислового комплексу (АПК), в тому числі на базі його переробних підприємств.

Особливість становлення підприємств біоенергетики, що відбувається одночасно із можливістю залученням незадіяних виробничих потужностей підприємств інших галузей на базі спільних технологій, обумовлює необхідність комплексної оцінки цілісного рівня їх потенціалу у випадку конверсії на виробництво енергоносіїв.

Це спричинило корегування і зміну напрямків діяльності, що означає перетворення таких підприємств в дієвий інструмент розвитку паливно-енергетичного комплексу (ПЕК). В цьому аспекті недостатньо уваги приділено дослідженням процесів стратегічного розвитку підприємства через взаємозв'язок з використанням розвитку його потенціалу, як системоутворюючого чинника в цих процесах.

Тому науково-практичний підхід до даної теми дослідження на першому етапі передбачає необхідність створення структурно-функціональної моделі потенціалу підприємства, процес формування якого є одним із напрямків його економічної стратегії і передбачає організацію системи ресурсів таким чином, щоб результат їхньої взаємодії був запорукою успіху в досягненні стратегічних та поточних цілей.