

УДК 658.5+339.187

А.В. Голуб

Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя, Україна

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОМ ПІДПРИЄМСТВА

A.V. Holub

INFORMATION SUPPLY MANAGEMENT COMPANY'S SUPPLY

Сьогодні існує багато проблем інформаційного забезпечення, які негативно впливають на систему управління збутовою діяльністю підприємства. Серед них: недостатність або надлишок інформації, необхідної для якісного поточного і стратегічного управління процесом збуту продукції, що викликано недосконалістю та наявністю проблем у системі збору, накопичення, переробки, аналізу та контролю економічної інформації, а також при передачі та обміні інформаційних потоків на всіх рівнях управління.

Ці проблеми набувають особливо значення в сучасних умовах невизначеності, особливо сьогодні в умовах проведення АТО, знецінення гривні, нестабільній політичній ситуації спостерігається постійне збільшення рівня ризикованості функціонування підприємств України. Проблеми інформаційного забезпечення управління збутом підприємства часто висвітлюються в економічній літературі. Багато праць присвячені вивченню питань пов'язаних з інформаційним забезпеченням управління збутом підприємства, функціям управління, які відповідають за інформаційне забезпечення системи збуту тощо.

Загальним питанням інформаційного забезпечення прогнозування збуту продукції приділяється значна увага в роботах О.М. Вольська, Т.В. Ільченко, Н.С. Миколайчук, О.П. Пархоменко, М.М. Матюха, С.О. Огієнко.

Головне завдання інформаційних систем у збутовій діяльності підприємства – забезпечити актуальну і точну інформацію про ринок і продажі, сприяти скороченню адміністративних витрат. Інтегрована система управління збутом фірми є частиною загальнофірмової системи інформації і управління, яка повинна забезпечувати споживача декількома формами найважливішої інформації, у тому числі цифровими і текстовими даними, графічною інформацією і т. п. Найбільш активним елементом управління є система функцій управління, тому що побудова системи управління підприємством підпорядкована цілям виробництва, досягнення яких забезпечується функціонуванням як усього підприємства, так і його окремих структурних підрозділів, які зайняті реалізацією управлінських функцій. Зупинимось на характеристиці цілей функцій управління збутом підприємства.

До таких цілей можна віднести:

- 1) отримання значного доходу, збільшення обсягів продажу й частки ринків збуту;
- 2) підвищення ефективності роботи збутового персоналу;
- 3) оптимізація запасів готової продукції;
- 4) надання додаткових послуг;
- 5) вибір оптимальних каналів розподілу, що дозволить мінімізувати витрати транспортування;
- 6) оптимізація витрат збутової діяльності;
- 7) підвищення прибутковості через здійснення зовнішньоторговельних операцій на підприємстві;
- 8) активізація рекламної діяльності, що дозволить стимулювати попит покупців.

Перелік цілей може різнитися як на різних підприємствах, так і в різні періоди на тому самому підприємстві. Перераховані цілі збутової діяльності, а, залежати від того, на якому ринку функціонує підприємство – ринку виробника або ринку споживача. В обох випадках можуть з'явитися нові проблеми, рішення яких вимагатиме формування нових цілей. Таким чином, вищенаведений перелік цілей функцій управління збутом може бути розширений залежно від конкретного стану внутрішнього й зовнішнього середовища підприємства. У зв'язку із цим у практиці господарської діяльності підприємства особливо важливою проблемою є розробка й використання прогнозів попиту й кон'юнктури, яка слугує основою для підготовки прогнозів реалізації продукції. Після визначення проблем і конкретних цілей визначаються шляхи, етапи й послідовність дій для їхнього досягнення, тобто розробляється план діяльності служби збуту.

Інформаційне забезпечення управління збутом повинно здійснюватися у відповідності з усім комплексом ринкових і виробничих факторів діяльності підприємства. Без виконання цього обліку система збуту вступає в конфлікт із установками маркетингової стратегії. Саме в системі збуту концентрується результат всієї маркетингової діяльності. Тому, навіть добре розроблена й правильно розрахована стратегія маркетингу може провалитися, якщо система збуту не відповідає поставленим завданням.

У сучасних умовах кожне підприємство намагається розробити стратегію, яка дасть змогу бути лідером на ринку виготовлення та збуту продукції. Для цього необхідно володіти такою інформацією, яка допоможе спрогнозувати можливості і загрози збуту продукції, які виникають у зовнішньому середовищі, переваги та слабкі сторони діяльності підприємства порівняно з конкурентами, забезпечити своєчасне виконання планів збуту. Характерною тенденцією ефективного прогнозування збуту продукції підприємства є використання маркетингових підходів. За допомогою маркетингу здійснюється більш глибоке й ефективне поєднання збуту із дослідженням ринкової ситуації, плануванням асортименту продукції, змінюється характер роботи, пов'язаної з реалізацією продукції. Отже, інформаційні системи забезпечують збутову службу в питаннях планування, техніки збутових операцій, спостереження ринку, внутрішнього контролю. Найбільший економічний і соціальний успіх властивий тим підприємствам, які активно використовують сучасні засоби комунікацій, інформаційних технологій та їхні мережеві додатки: електронну пошту, моделювання, комп'ютерну графіку, геоінформаційні технології, Інтернет та багато іншого.

Таким чином, процес інформатизації збутової діяльності підприємства в умовах глобалізації надає йому значні переваги для ефективного виробництва та планування збуту продукції як на зовнішньому, так і на національному ринках

Література

1. Костирко Л.А., Сурженко Л.О. Інформаційне забезпечення управління фінансово-господарською діяльністю промислових підприємств / Л.А. Костирко, Л.О.Сурженко // Часопис економічних реформ. – 2011. – № 11. – С. 85-91
2. Фоміна Т.В. Місце та роль внутрішньогосподарського контролю в системі управління підприємством / Т.В. Фоміна // Наукові праці Кіровоградського державного технічного університету. Економічні науки. – Вип.7. В двох частинах. – Ч. II. – Кіровоград: КНТУ, 2005. – С.461-464
3. Жук В.М. До проблеми облікового забезпечення управління аграрним сектором економіки / В.М. Жук // Збірник наукових праць Подільського державного аграрно-технічного університету. – 2008. – Випуск 16, том 3. – С.478-482.