

ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Глушко Юлія Володимирівна

УДК [634.8:631.11]:658.81

**УПРАВЛІННЯ ЗБУТОМ ПРОДУКЦІЇ ВИНОГРАДАРСЬКО-
ВИНОРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

08.00.04 – економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Одеса – 2014

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана в Південному філіалі Національного університету біоресурсів і природокористування України «Кримський агротехнологічний університет» (м. Сімферополь).

Науковий керівник: доктор соціологічних наук, професор
Хрієнко Павло Андрійович,
Південний філіал Національного університету біоресурсів і природокористування України "Кримський агротехнологічний університет",
завідувач кафедри менеджменту та права.

Офіційні опоненти: доктор економічних наук, професор
Гаркуша Олексій Миколайович,
Миколаївський національний аграрний університет,
професор кафедри управління виробництвом та інноваційною діяльністю підприємств;

доктор економічних наук, професор
Жуйков Геннадій Євгенович,
ПВНЗ «Міжнародний університет бізнесу і права»,
завідувач кафедри фінансів і банківської справи,
перший проректор.

Захист відбудеться ____ ____ 2014 р. о 12-00 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 41.088.04 у Одеській національній академії харчових технологій Міністерства освіти і науки України за адресою: 65039, м. Одеса, вул. Канатна, 112, конференц-зал.

З дисертацією можна ознайомитись в бібліотеці Одеської національної академії харчових технологій Міністерства освіти і науки України за адресою: 65039, м. Одеса, вул. Канатна, 112, бібліотека.

Автореферат розісланий ____ ____ 2014 р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради

А.Г. Богатов

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Необхідною умовою ефективної діяльності будь-якого підприємства є потреба формування результативної системи управління на всіх рівнях. Створення раціональної системи збуту продукції має особливе значення, оскільки саме на етапі збуту відбувається безпосередній контакт виробника зі споживачем. Збут продукції завершує цикл господарської діяльності підприємства, його низька ефективність може знецінити весь процес виробництва. У той же час здатність вигідно продавати вироблену продукцію робить підприємство конкурентоспроможним на ринку навіть при деяких недоліках виробленої продукції. Ефективна реалізація здатна забезпечити стабільність виробництва і дати можливість його розвитку.

Актуальність теми особливо висока у зв'язку з тим, що конкуренція на ринку вина і винограду зростає, збільшується кількість іноземних виробників, охочих продати свій товар на вітчизняному ринку. Крим володіє всіма необхідними природно-кліматичними умовами для успішного функціонування виноградарсько-виноробної галузі, однак відсутність достатнього фінансування, а також проблеми, пов'язані зі збутом продукції стримують її розвиток. Нами розглянуті найбільш важливі етапи процесу збуту, такі як вивчення споживчих переваг і розподіл продукції за каналами реалізації.

Теоретичною та методичною основою дослідження з'явилися фундаментальні наукові положення економічної теорії, наукові розробки та концепції вітчизняних і зарубіжних вчених, що практично займаються організацією та управлінням збутом виробленої продукції, нормативно-законодавчі акти.

Величезний внесок у становлення і розвиток системи управління внесли такі вчені як Е.Ф. Амірова, О.О. Еракін, Г.Є. Жуйков, В.І. Крамаренко, Ф. Котлер, П.Нівен, М. Портер, А. Фатхутдінов. Вивченням виробництва і збуту продукції виноградарсько-виноробних підприємств займалися такі вчені, як А.М. Авідзба, А.В. Балян, В.І. Беспятих, В.В. Бурцев, О.М. Гаркуша, В. Літвак, І.Г. Матчина, Е.В. Ніколаєв, А.П. Пергат, В.О. Рибінцев, Е.П. Шольц. Формуванню ефективної системи збуту та просування товару присвячені роботи Г. Болта, С. Голубєва, Д. Джоббера, С.А. Єфімової, К.В. Корнева, О.Р. Осипова, А. Юрасова.

У роботах вказаних авторів, створений науковий фундамент для визначення закономірностей, можливостей і обмежень, створення механізмів управління збутом продукції виноградарсько-виноробних підприємств.

Однак у науковій літературі немає єдиного концептуального підходу до формування і розвитку системи управління збутом продукції виноградарсько-виноробних підприємств, що визначило вибір теми дослідження, її характер та основні напрямки.

Важливість і значимість означених проблем зумовили вибір теми, постановку мети і завдань дослідження.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.

Дисертацію виконано відповідно до плану науково-дослідницької роботи Південного філіалу Національного університету біоресурсів і природокористування України «Кримський агротехнологічний університет» за темою «Обґрунтування Прийняття управлінських рішень при організації діяльності агропромислових підприємств» (номер державної реєстрації 0111U008803), в якій автору належить оцінка системи збуту продукції виноградарсько-виноробних підприємств, обґрунтування шляхів її вдосконалення.

Мета і завдання дослідження. Метою дисертаційного дослідження є обґрунтування теоретико-методичних засад і розробка практичних рекомендацій з формування механізмів та інструментів управління збутом продукції виноградарсько-виноробних підприємств.

Для досягнення поставленої мети були поставлені і вирішені наступні завдання:

- дослідити теоретичні аспекти теми та уточнити зміст поняття «управління збутом»;
- розробити концепцію формування збутової політики виноградарсько-виноробних підприємств;
- удосконалити методичний підхід до комплексної оцінки управління збутом на виноградарсько-виноробних підприємствах на основі збалансованої системи показників;
- сформуванати систему критеріїв оцінки каналів збуту продукції виноградарсько-виноробних підприємств;
- обґрунтувати методичні підходи до сегментації споживачів виноробної продукції;
- розробити організаційно-економічне забезпечення створення збутових кооперативів виноградарсько-виноробних підприємств;
- обґрунтувати організаційно-управлінські заходи зі створення й функціонування служб збуту виноградарсько-виноробних підприємств.

Об'єктом дослідження є процеси управління збутом продукції виноградарсько-виноробних підприємств.

Предметом дослідження є теоретико-методичні та прикладні аспекти формування системи механізмів та інструментів управління збутом продукції виноградарсько-виноробних підприємств.

Методи дослідження. Теоретико-методичними засадами дослідження стали фундаментальні положення економічної теорії, наукові праці українських та зарубіжних фахівців у сферах економіки, управління та ряду спеціальних наук. Для вирішення поставлених завдань і досягнення мети дисертаційної роботи використовувалися такі прийоми і методи: системно-структурний підхід і абстрактно-логічний метод (для розкриття сутності та змісту, а також побудови авторської теорії взаємозв'язку досліджуваних економічних явищ), діалектичний метод пізнання, методи наукової абстракції, аналізу і синтезу (для

оцінки сучасного стану виноградарсько-виноробних підприємств), спостереження, історичного і логічного пізнання. Окремі проблеми вивчалися за допомогою спеціальних методів економічних досліджень: монографічного, розрахунково-конструктивного, кластерного аналізу (для проведення сегментації споживачів виноробної продукції), порівняльного аналізу (при дослідженні каналів збуту), багатовимірного шкалювання (для оцінки каналів збуту), контент-аналіз, метод набору конкурентоспроможних переваг, дескриптивний аналіз, метод Дельфі, експертних оцінок (при оцінюванні існуючої системи збуту на виноградарсько-виноробних підприємствах Криму), прогнозування та екстраполяції (при складанні прогнозу виручки від реалізації винограду в Криму), графічний і табличний методи (для наочного подання отриманих результатів), економіко-статистичного, соціологічних досліджень та інших.

В якості інструментів при проведенні економіко-соціологічних досліджень використано: анкету опитування керівників виноградарсько-виноробних підприємств, анкету споживачів по вивченню ринку виноробної продукції Криму.

Інформаційною базою дослідження є: законодавчі та нормативно-правові акти влади України, спеціальна література з проблем теорії та практики удосконалення управління збутом, дані Державної статистичної служби України, дані Головного управління статистики в АР Крим, дані Міністерства аграрної політики та продовольства АР Крим, звітність виноградарсько-виноробних підприємств, дані експертних оцінок, анкети опитувань керівників підприємств, анкети споживачів продукції, результати власних досліджень автора.

Наукова новизна одержаних результатів дисертаційного дослідження полягає в обґрунтуванні теоретико-методичних засад та розробці практичних рекомендацій з формування механізмів та інструментів управління збутом продукції виноградарсько-виноробних підприємств. Наукова новизна найважливіших результатів дослідження полягає у наступному:

вперше:

- розроблено концепцію формування збутової політики виноградарсько-виноробних підприємств, яка ґрунтується на реальних можливостях підприємств, враховує вплив всіх внутрішніх і зовнішніх факторів, передбачає таку організацію товароруху, що забезпечує зниження витрат на збут при підвищенні його ефективності, що дозволить їм швидко і ефективно адаптувати свою діяльність під постійно змінної кон'юнктури ринку і запитів споживачів;

удосконалено:

- методичний підхід до комплексної оцінки управління збутом на виноградарсько-виноробних підприємствах на основі збалансованої системи показників, яка, на відміну від існуючих стандартних критеріїв результативності, є ефективним і наочним робочим інструментом, що дозволяє

підтримувати стратегічні рішення на оперативному рівні і відокремлювати важливу інформацію від несуттєвої;

- систему критеріїв оцінки каналів збуту продукції виноградарсько-виноробних підприємств, яка базується на застосуванні казуального підходу і враховує причинно-наслідкові зв'язки показників збутової діяльності, що дає можливість виявити найбільш ефективні існуючі та перспективні канали та запропонувати шляхи їх оптимізації;

- методичні підходи до сегментації споживачів виноробної продукції на основі кластерного аналізу та формування рекомендацій щодо вдосконалення управління збутом в кожному сегменті, спрямованих на збільшення обсягів реалізованої продукції протягом року, що сприятиме підвищенню економічних показників розвитку підприємств і їх соціальному розвитку;

дістали подальший розвиток:

- понятійно-категоріальний апарат науки управління у частині уточненні змісту поняття «управління збутом» як процесу, що передбачає розробку та впровадження комплексу таких заходів, як планування товарного портфелю, вибір каналу реалізації, способів і методів збуту, організації руху товару, стимулювання продажів і чіткого контролю за здійсненням даного виду діяльності;

- організаційно-економічне забезпечення створення збутових кооперативів, які сприятимуть розвитку збутової діяльності виноградарсько-виноробних підприємств в умовах ринкової трансформації, що включає механізми створення, організаційну структуру і схему розподілу прибутку у збутовому кооперативі;

- організаційно-управлінські заходи зі створення й функціонування служб збуту виноградарсько-виноробних підприємств, що сприятиме більше тісному контакту виробника зі споживачем, дозволяє більш детально враховувати зміни споживчих запитів, динаміку ринку, максимально контролювати всі операції, пов'язані з рухом товарів, забезпечити збереження якості продукції й збільшення обсягів продажів.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості використання теоретико-методичних розробок та практичних рекомендацій з формування механізмів та інструментів управління збутом продукції виноградарсько-виноробних підприємств органами влади різних рівнів при розробці галузевих і регіональних стратегічних програм соціально-економічного розвитку, у діяльності виноградарсько-виноробних підприємств і організацій, у процесі підготовки фахівців з менеджменту.

Отримані результати дослідження використовуються у практичній діяльності: Сімферопольської районної державної адміністрації (довідка №1601/04-07 від 08.04.2014 р.), Асоціації фермерів і землевласників Криму (довідка № 62 від 17.12.2013 р.), ТОВ «Кроненталь» (АР Крим, Сімферопольський район) (довідка № 5 від 14.04.2014р.), Євпаторійського заводу класичних вин (довідка № 147 від 18.04.2014 р.), ДП «Тавріда» НВАО

«Масандра» (довідка № 218 від 11.03.2014 р.), ДП «Привітне» НВАО «Масандра» (довідка № 112 від 05.05.2014 р.), ДП «УКРДІПРОСАД» (довідка №28 від 03.03.2014 р.), у навчальному процесі ПФ НУБіП України «Кримський агротехнологічний університет» (довідка про впровадження № 340 від 28.02.2014 р.).

Особистий внесок здобувача. Наукові положення, висновки і рекомендації, що викладено в дисертації і виносяться на захист, отримано автором самостійно. У дисертації використано матеріали статей у частинах, що належать особисто автору.

Апробація результатів дослідження. Науковий зміст основних результатів дослідження та їх практичне застосування обговорювалися на науково-практичних конференціях: VI науково-практичній конференції Уманського національного університету садівництва «Аспекти стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин» (м.Умань, 2012р.); VI науково-практичній конференції Житомирської філії Київського інституту бізнесу і технологій «Конкурентоспроможність в умовах глобалізації: реалії, проблеми та перспективи» (м.Житомир, 2012р.); міжнародній науково-практичній конференції Київського економічного наукового центру «Інноваційний розвиток економіки: проблеми та перспективи» (м.Київ, 2012р.); міжнародній науково-практичній конференції «Розвиток національних економік в умовах глобальної нестабільності» (Одеса, 2013р.); міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні питання розвитку економіки в умовах сучасної нестабільності» (Київ, 2013р.); XXIII міжнародній науково-практичній конференції «Роль фінансово-кредитного механізму у розвитку економіки країни» (Львів, 2013р.); міжнародній науково-практичній конференції «Економіка в контексті глобальних перетворень суспільного розвитку» (Дніпропетровськ, 2013р.); міжнародній науково-практичній конференції «Економіка, управління, фінанси: теорія і практика » (Хмельницький, 2013р.).

Публікації. Основні положення дисертаційної роботи опубліковано у 19 наукових працях загальним обсягом 4,2 ум. друк. арк., в тому числі, 10 статей у наукових фахових виданнях з економічних наук, у тому числі у зарубіжних наукових виданнях, 8 матеріалів конференцій.

Структура та обсяг дисертації. Робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, 5 додатків. Обсяг дисертації становить 160 сторінок машинописного тексту, робота містить 26 таблиць, 25 малюнків. Список літератури включає 218 найменувань на 22 сторінках.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретико-методичні засади управління збутом продукції виноградарсько-виноробних підприємств» досліджено теоретичні аспекти управління збутом, роль збуту в діяльності підприємства, основні

фактори, що впливають на збут готової продукції, форми і методи збуту, визначено методику формування ефективної збутової стратегії виноградарсько-виноробних підприємств.

В економічній літературі існують різні погляди на управління збутом. Поняття «збут» вживається в двох аспектах: в широкому сенсі – як цілісний процес доведення товару від виробника до кінцевого споживача з усіма відповідними операціями, а у вузькому – як власне продаж. Характерною особливістю збутової діяльності в ринкових умовах є те, що планування збуту передуює стадії виробництва, та спрямовано на вивчення кон'юнктури ринку, попиту на певні види товарів і виробничих можливостей підприємства для формування плану постачання і виробництва. Управління збутом на підприємстві включає в собі різні аспекти, такі як маркетингові дослідження, розробка цінової політики, організація рекламної діяльності, формування портфеля замовлень, організація руху товару.

Ринкові умови висувають збутову діяльність в число напрямків діяльності підприємства, що мають першочергове значення для визначення ефективності сучасного господарювання. Ефективне управління збутом є індикатором успішності підприємства, забезпечує отримання прибутку, а отже приплив фінансових ресурсів для розвитку підприємства, стимулювання працівників та збільшення платежів до державного бюджету. Якщо підприємство здатне вигідно продавати вироблену продукцію то це може компенсувати навіть деякі недоліки виробництва. Тобто адекватний збут робить позитивний соціальний та економічний вплив як на само підприємство так і на його співробітників, власників і бюджет країни в цілому.

Основними чинниками, що впливають на збут, є маркетингова стратегія, конкурентоспроможний менеджмент, репутація фірми, ринкова кон'юнктура, торгова марка, готовність споживача.

При виборі форм і методів збуту продукції необхідно визначити, який з можливих варіантів забезпечить найбільш широке охоплення цільового ринку покупців, зможе найбільш повно задовольняти потреби цільового ринку і принесе підприємству найбільший прибуток.

Управління збутом на підприємстві передбачає розробку та впровадження комплексу таких заходів, як планування товарного портфелю, вибір каналу реалізації, способів і методів збуту, організацію руху товару, стимулювання продажів і чіткий контроль за здійсненням даного виду діяльності.

При розробці збутової політики виноградарсько-виноробних підприємств пропонується використовувати логічно-змістовне моделювання, яке передбачає етапи, представлені на рис. 1.

Для більш ефективної розробки збутової стратегії пропонується сегментувати ринок споживачів виноградарсько-виноробної продукції на основі кластерного аналізу.

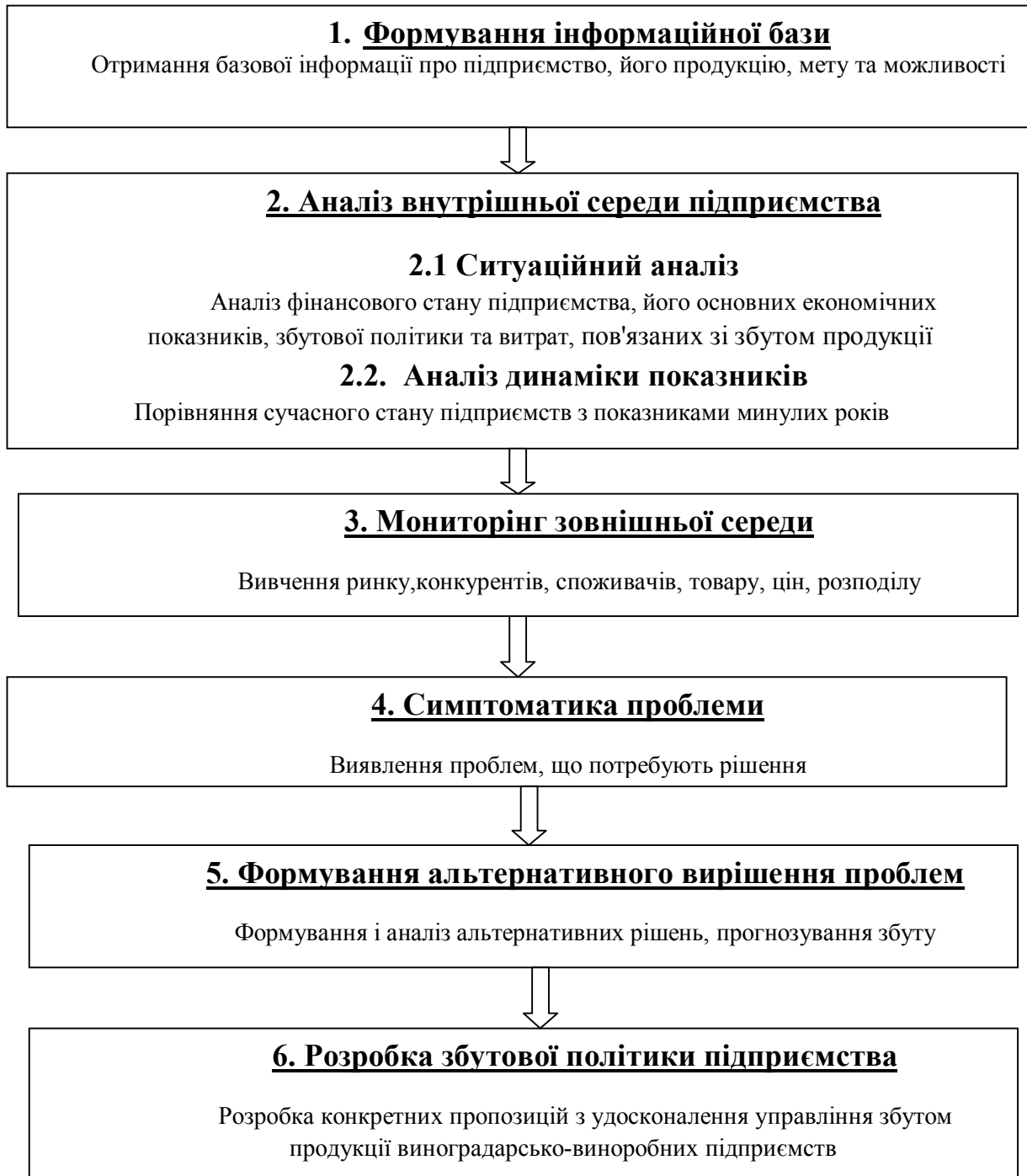


Рис.1. Алгоритм формування ефективної збутової стратегії підприємства.

У другому розділі «Економічна оцінка стану виробництва та збуту продукції виноградарсько-виноробних підприємств» розглянуто рівень виробничо-господарського розвитку виноградарсько-виноробних підприємств, особливості системи збуту на досліджених підприємствах, вивчено існуючі проблеми.

Детальне дослідження здійснено на матеріалах виноградарсько-виноробних підприємств АР Крим. В Криму в останні роки спостерігається стійка тенденція до скорочення виробництва винограду. Площа виноградників за останні 20 років скоротилася більш ніж у 2 рази – в 1990р. вона становила

53,7 тис.га, а в 2012р. – лише 22,2 тис.га, врожайність виноградників також знизилася, що пов'язано з недостатньо добрим доглядом за виноградником, несвоєчасними і не досить якісними роботами з обрізки і підв'язуванню виноградників, низьким рівнем агротехніки, хворобами і шкідниками багаторічних насаджень. Більшість виноградарсько-виноробних підприємств Криму знаходяться в стані очікування невідкладної модернізації та вимагають істотних капітальних вкладень .

Ринок вина в Україні і Криму погано структурований і знаходиться на стадії формування. Обсяги реалізації винограду за останні 20 років значно знизилися. Якщо в 1990р. було реалізовано 255,8 тис. тонн, то в 2012р. тільки 40,4 тис. тонн, що в 6,3 рази менше. Велика частина вирощуваного винограду залишається всередині підприємства, тобто відправляється на переробку на власні вин заводи. Іншим заводам в 2012р. було продано 36,5 % винограду, на ринку продано 10,5 %. Середня ціна реалізації 1 тонни винограду постійно зростає і в 2012р. вона склала 6274,5 грн. Рентабельність вирощування винограду має тенденцію до збільшення, з чого можна зробити висновок, що перехід до ринкових відносин дає можливість продавати продукцію з найбільшою вигодою для підприємства і галузь виноградарства при належній увазі повинна стати стабільно прибутковою для виробників.

Безумовними лідерами з реалізації вина і виноматеріалів в Криму є такі підприємства, як НВАО «Масандра», КД «Коктебель», ПАТ «Бурлюк», ПАТ «Чорноморець». Поступово відбувається переорієнтація ринку від кріплених вин до столових. Експортує продукцію НВАО «Масандра», ДП АФ «Магарач», Кримський винно-коньячний завод «Бахчисарай» та ПАТ «Сонячна долина».

Основними проблемами виноградарсько-виноробних підприємств Криму є: різке падіння обсягів виробництва в результаті скорочення площ виноградників; постійне зростання ціни на виноград; низький рівень агротехніки та застаріле обладнання для переробки; недостатній контроль за якістю виробленої продукції; збільшення пропозиції більш дешевих і не завжди якісних імпортних виноматеріалів і готової продукції; недостатнє використання сучасних методологічних підходів до оцінки ефективності системи збуту; відсутність або низький рівень розвитку сучасних способів реалізації продукції; відсутність чітких принципів і механізмів створення збутових кооперативів, які в істотній мірі сприятимуть розвитку збутової діяльності виноградарсько-виноробних підприємств.

Однак, незважаючи на існуючі проблеми, згідно зробленого прогнозу, показаного на рис. 2, виручка від реалізації буде стабільно зростати і до 2015 року складатиме 307,9 млн. грн., що на 51,4 млн. грн. більше, ніж у 2012 році. Тому подальший розвиток і вдосконалення системи збуту має найважливіше значення для раціонального розподілу виробленої продукції.

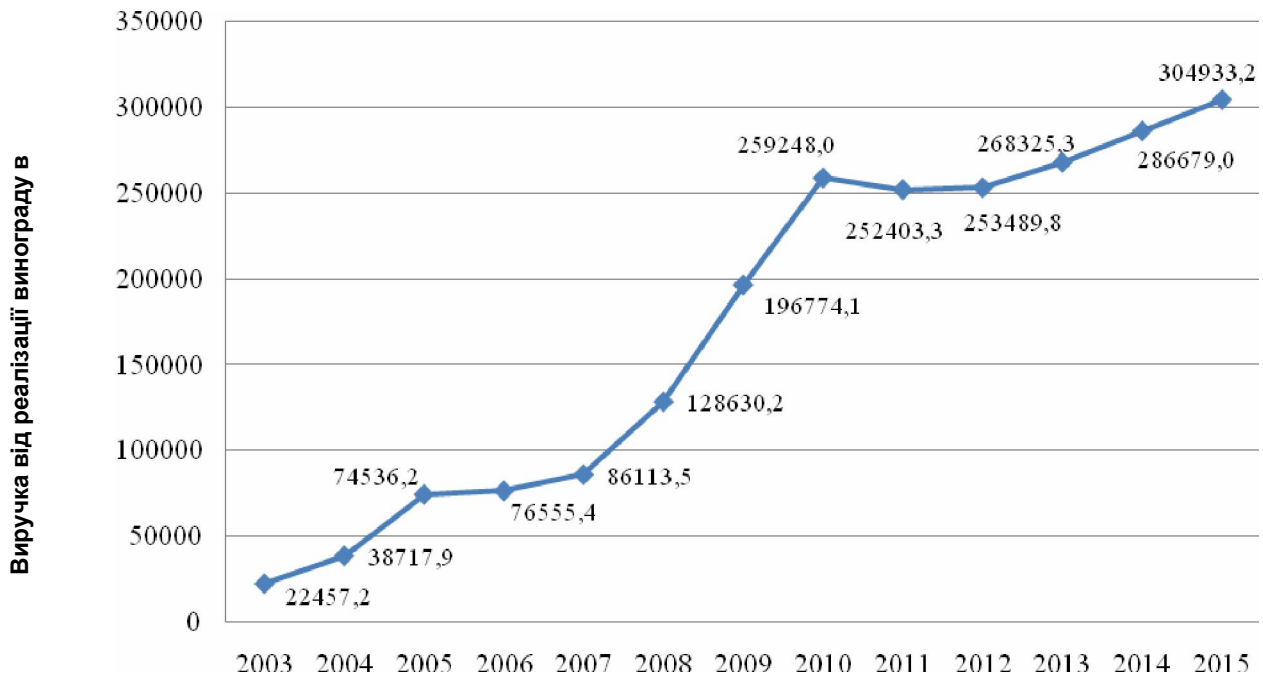


Рис.2. Прогноз виручки від реалізації винограду в АР Крим, тис. грн.

У третьому розділі «**Формування механізмів управління збутом продукції виноградарсько-виноробних підприємств**» розроблено збалансовану систему показників у сфері збуту, як способу підвищення ефективності управління, розроблено рекомендації з оптимізації каналів збуту продукції виноградарсько-виноробних підприємств, обґрунтовано пропозиції з розвитку кооперації й спеціалізації збутової діяльності виноградарсько-виноробних підприємств.

В результаті дослідження розроблено збалансовану систему показників для управління збутом продукції виноградарсько-виноробних підприємств, яка, на відміну від інших існуючих систем, що характеризують результативність, може бути використана не тільки як комплексний індикатор стану підприємства, але і як система управління, що дозволяє підтримувати стратегічні рішення на оперативному рівні та завдяки оптимально відібраним показниками, відокремлювати важливу інформацію від несуттєвої.

Зроблено оцінку рівня досягнення цільових показників в системі збуту продукції виноградарсько-виноробних підприємств АР Крим, яка показала, що підприємства потребують докорінної зміни сформованої системи управління та перегляду внутрішніх взаємин між функціональними підрозділами з метою забезпечення тісної взаємодії між ними і організації роботи, пов'язаної зі збутом на більш високому рівні, як єдиного процесу, в основі якого лежить знання поточних і перспективних запитів споживача.

Запропоновано інформаційну модель формування збутової політики підприємства, яка повинна відповідати його загальній концепції функціонування і починатися з аналізу зовнішніх і внутрішніх факторів діяльності підприємства (рис.3).



Рис. 3. Схема моделі формування збутової політики виноградарсько-виноробних підприємств

Вивчення каналів збуту продукції виноградарсько-виноробних підприємств показало, що на всіх розглянутих підприємствах існує гнучка система збуту продукції, тобто підприємства самостійно вирішують якими каналами розподілу користуватися і можуть міняти своїх партнерів в залежності від їх ефективності та можливостей виробників. Зроблено оцінку каналів збуту (табл. 1), згідно з якою виявлено, що найбільш ефективним каналом є власні фірмові магазини, однак їх розвиток є важким у зв'язку з високими витратами на відкриття та утримання .

Таблиця 1

Оцінка каналів збуту продукції виноградарсько-виноробних підприємств АР Крим

№ зп	Найменування критерію	Фірмові магазини	Оптові покупці	Власна дистриб'юторська мережа	Продаж виноматеріалів винзаводам
1	Прибутковість каналу (max)	9	6	7	2
2	Витрати на обслуговування (min)	1	9	4	9
3	Витрати на просування (min)	2	9	3	10
4	Обсяги реалізації (max)	4	8	5	3
5	Рівень відповідності каналу вимогам споживачів (max)	10	1	10	1
6	Можливість впливу на ціну (max)	10	2	5	1
7	Рівень повернення нереалізованої продукції (min)	2	10	5	10
8	Керованість (max)	10	5	7	2
9	Рівень конкуренції за роботу з каналом (min)	8	5	2	2
10	Перспективність каналу (max)	10	7	8	2
	Разом	66	62	56	42

Проведено сегментацію споживачів виноробної продукції. Близько 70 % споживачів кримських вин при виборі продукту звертають увагу насамперед на ціну і популярність торгової марки виробника. Близько 25 % споживачів більш глибоко розбираються в придбаній продукції і орієнтуються насамперед на якість товару. І лише 5 % опитаних споживачів воліють дорогі якісні елітні вина. Відповідно до отриманих груп запропоновано заходи з удосконалення управління збутом продукції виноградарсько-виноробних підприємств та оптимізації каналів розподілу в кожному із сегментів (табл. 2).

Одним з прогресивних методів збуту є відкриття електронних магазинів. На виноградарсько-виноробних підприємствах електронна комерція знаходиться на етапі зародження та розвитку.

Сегментування споживачів продукції виноградарсько-виноробних підприємств АР Крим

Сегмент ринку	Покупці з цінним та брендовим орієнтуванням (70%)		Покупці з орієнтуванням на якість (25%)		Покупці елітних вин (5%)	
	Загальні характеристики	Рекомендації по управлінню збутом	Загальні характеристики	Рекомендації по управлінню збутом	Загальні характеристики	Рекомендації по управлінню збутом
Психологічне сприйняття	Продукція орієнтована на широкий ціновий сегмент ринку, на користі не акцентується, мотиви – кожен день споживання, свята	Акцент на стимулюванні покупок, формування мотивів покупок	Висока культура споживання, інформованість споживача про якість продукту, мотиви – особисте споживання, свята, сувеніри	Пропаганда корисності, підвищення рівня інформованості споживача	Самовираження за допомогою придбаної продукції. Мотиви – вживання у вузькому колі, подарунки	Підвищення престижу продукції, вузьке коло споживачів
Поведінський фактор	Широкий ціновий діапазон, яскраве вираження окремих торговельних марок. Позитивна реакція на пропозицію нової продукції	Формування широкого цінового та асортиментного діапазону. Активна реклама. Постійне удосконалення етикетки та упаковки	Цінова категорія вище середньої, широкий діапазон пропозицій. Стабільність найменувань	Розширення кола споживачів за допомогою проведення виставок, дегустацій, підвищення культури споживання. Захист від фальсифікату	Оригінальна упаковка, висока ціна	Стабільно висока ціна. Пропозиція унікальних елітних вин. Гарантія захисту від підробок
Соціальний фактор	Орієнтування на низький та середній рівень доходу	Збереження орієнтування на середній ціновий діапазон, утримання нижньої межі ціни	Орієнтування на середній та високий рівень доходу	Розширення вікового діапазону за рахунок підвищення розбірливості споживача	Орієнтування на високий рівень доходу	Підвищення престижу подарункового продукту
Загальні характеристики та завдання каналу розподілу	Низький рівень цін, низький рівень підтримки	Забезпечення можливості здійснення недорогої покупки для самостійних покупців. Широка можливість доступу до місць продажу. Політика інтенсивного розподілу	Обширна номенклатура торговельних марок, широка доступність, низька ступінь інформованості споживача	Забезпечення конкурентної ціни для подібного товару, існуючого на ринку. Доступність торговельних місць. За необхідністю опис характеристик товару для потенційних покупців. Інтенсивний та селективний розподіл	Відносна доступність. Низький рівень надання інформації	Високий рівень підтримки. Встановлення особистих відношень з покупцем. Продаж тільки у фірмових магазинах (ексклюзивний розподіл)

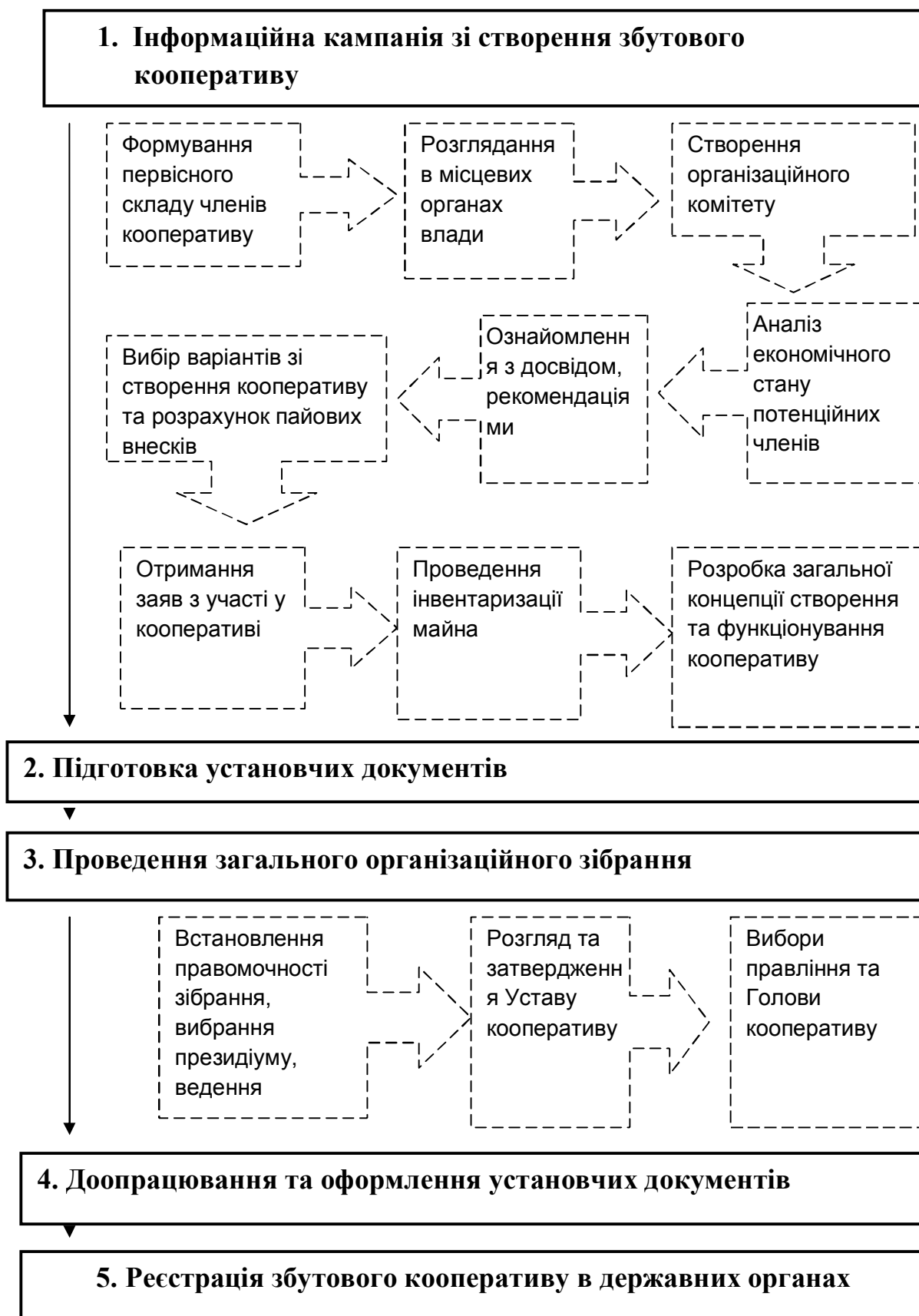


Рис. 4. Послідовність організаційних шляхів зі створення збутового кооперативу

Однак її переваги перед іншими каналами збуту очевидні: розширення торгового простору, зниження витрат на документообіг, зменшення витрат на зв'язок і транспортних витрат, стимулювання професійного зростання трудових ресурсів, можливість отримання оперативної інформації щодо споживчих переваг, підвищення гнучкості продажів. Запропоновано ряд заходів щодо вдосконалення управління збутом в електронному каналі, таких як правильна реєстрація магазину в мережі, широке інформування та мотивація споживачів, впровадження рейтингових оцінок, модерація сайтів.

Враховуючи об'єктивну потребу створення збутових кооперативів виноградарсько-виноробної продукції та проблеми пов'язані з цим, запропоновано принципи і механізм створення збутових кооперативів, які в істотній мірі сприятимуть розвитку збутової діяльності виноградарсько-виноробних підприємств в умовах ринкової трансформації (рис.4), запропонований Приблизний Статут, схема реєстрації та порядок розподілу прибутку в кооперативі.

ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі здійснено теоретичне узагальнення і запропоноване нове вирішення важливої наукової і практичної проблеми формування механізмів та інструментів управління збутом продукції виноградарсько-виноробних підприємств. Отримані наукові результати дають можливість зробити наступні висновки теоретичного, методичного та прикладного характеру:

1. В результаті дослідження уточнено трактування змісту поняття «управлінням збутом», під яким пропонується розуміти під ним систему економічних, організаційно-управлінських та гуманітарологічних відносин, що складаються в процесі виробництва та збуту продукції, побудову ефективних каналів розподілу, організацію раціональної системи руху товарів, системи комунікацій, ефективного управління персоналом, а також планування, організацію, контроль і аналіз збутової діяльності підприємства з метою найбільш повного задоволення потреб покупців і одержання прибутку.

2. Доведено, що управління збутом має бути спрямовано на завойовування і збереження підприємством кращої частки ринку і утримання переваги над конкурентами. Воно покликане: визначати мету збуту в залежності від основної мети діяльності підприємства; ставити завдання, планувати, прогнозувати, розробляти стратегію і тактику для досягнення найкращого результату; організувати і координувати збутову діяльність підприємства з урахуванням реалізації оптимізаційних задач; контролювати і оцінювати отримані результати; організувати ефективне інформаційне та управлінське забезпечення системи збуту.

3. Аналітичне дослідження показало, що ринок вина і виноматеріалів України погано структурований і знаходиться на стадії формування. Розвиток виноробства вимагає модернізації та істотних вкладень. Знижується купівельна спроможність населення. Спостерігається тенденція до зрівнювання цін

імпортової та вітчизняної продукції, що веде до жорсткої конкуренції з боку іноземних виробників. В Криму в останні роки спостерігається стійка тенденція до скорочення виробництва винограду. Площа виноградників за останні 20 років скоротилася більш ніж у 2 рази, врожайність також знизилася. Розглядаючи динаміку каналів реалізації винограду спостерігається тенденція до того, що більша частина вирощуваного технічного винограду залишається всередині підприємства, тобто відправляється на переробку на власні вин заводи.

4. Встановлено, що обсяги виробництва вина і виноматеріалів практично на всіх підприємствах постійно падають. Основними проблемами винзаводів Криму в сфері збуту є: висока енергоємність виробництва, пов'язана із застарілим обладнанням та використанням застарілих технологій обробки виноградників, вузький асортимент виробленої продукції, висока собівартість сировини, низькі заробітні плати і, як наслідок, нестача висококваліфікованих кадрів, недосконала система оподаткування, високий рівень корупції на всіх етапах виробництва і збуту, низький рівень організації виробництва і збуту, відсутність власних дистриб'юторських мереж, недостатня кількість платоспроможних покупців, велика частка фальсифікату, уніфікованість тари, поділ ринку на сфери впливу.

5. Розроблено концепцію формування збутової політики виноградарсько-виноробних підприємств, яка ґрунтується на реальних можливостях підприємств, враховує вплив всіх внутрішніх і зовнішніх факторів, передбачає таку організацію товароруху, що забезпечує зниження витрат на збут при підвищенні його ефективності. Концепція формування ефективної збутової політики виноградарсько-виноробного підприємства, реалізується згідно такого алгоритму: формування інформаційної бази, аналіз основних економічних показників, збутової політики і витрат, пов'язаних зі збутом продукції, аналіз динаміки показників, вивчення ринку, конкурентів, споживачів, товарів, цін, розподілу товарів, систем просування товарів, виявлення сильних і слабких боків підприємства, формування та аналіз альтернативних рішень, прогнозування збуту, розробка конкретних пропозицій щодо вдосконалення управління збутом продукції виноградарсько-виноробних підприємств.

6. Розроблено систему збалансованих показників, на підставі яких проведено оцінку існуючої системи збуту продукції на виноградарсько-виноробних підприємствах. Для подолання низького рівня інформованості фахівців підприємств у сфері збуту запропоновано інформаційну модель формування збутової політики підприємств, що дозволяє швидко та ефективно адаптувати їх діяльність під змінливі запити споживачів. Обґрунтовано організаційно-управлінські заходи зі створення й функціонування служб збуту виноградарсько-виноробних підприємств, що сприятиме більше тісному контакту виробника зі споживачем, дозволяє більш детально враховувати зміни споживчих запитів, динаміку ринку, максимально контролювати всі операції, пов'язані з рухом товарів, забезпечити збереження якості продукції й збільшення обсягів продажів.

7. Для підвищення ефективності управління збутом продукції виноградарсько-виноробних підприємств проведено сегментацію споживачів виноробної продукції, відповідно до якої визначено заходи з удосконалення управління збутом продукції виноградарсько-виноробних підприємств та оптимізації каналів розподілу в кожному із сегментів. Найбільш ефективним каналом розподілу є фірмові магазини, а найменш ефективним – збут виноматеріалів для подальшої обробки і розливу. Найбільш перспективним каналом розподілу визнана електронна комерція. Запропоновано шляхи активізації збуту продукції за допомогою інтернет-магазину.

8. Розроблено комплекс управлінсько-організаційних заходів щодо створення збутових кооперативів. Визначено найважливіші функції кооперативів у сфері збуту виноградарсько-виноробної продукції. Розроблено Приблизний статут збутового кооперативу, стосовно до виноградарсько-виноробної галузі. Запропоновано послідовність організаційних заходів щодо створення кооперативу, схема реєстрації збутового кооперативу, порядок розподілу прибутку в збутовому кооперативі, організаційна структура збутового кооперативу виноградарсько-виноробних підприємств.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті у наукових фахових виданнях:

1. Глушко Ю.В. Теоретические аспекты управления сбытом продукции сельскохозяйственных предприятий / Ю.В. Глушко // Научные труды ЮФ НУБиП Украины «Крымский агротехнологический университет». Серия экономические науки. Выпуск 136. – Симферополь, 2011. – С. 156-160.

2. Глушко Ю.В. Формирование эффективных каналов сбыта продукции виноградарско-винодельческих предприятий / Ю.В.Глушко // Научные труды ЮФ НУБиП Украины «Крымский агротехнологический университет». Серия экономические науки. Выпуск 152. – Симферополь, 2011. – С.305-309.

3. Глушко Ю.В. Формирование эффективной сбытовой деятельности в виноградарско-винодельческих предприятиях / Ю.В.Глушко, В.Ю. Острик // Культура народов Причерноморья: научный журнал. – Симферополь: ТНУ им.Вернадского, 2011. – № 206. – С. 149-153. (*Особистий внесок автора: обґрунтовано основні принципи формування ефективної збутової діяльності виноградарсько-виноробних підприємств*).

4. Глушко Ю.В. Рационализация каналов сбыта продукции в сфере агробизнеса / Ю.В.Глушко // Научные труды ЮФ НУБиП Украины «Крымский агротехнологический университет». – Серия экономические науки. Выпуск 141. – Симферополь, 2012. – С. 189-193.

5. Глушко Ю.В. Особенности развития виноградарства и виноделия в АР Крым / Ю.В.Глушко // Культура народов Причерноморья: научный журнал. Серия «Экономические науки». – Симферополь: ТНУ им.Вернадского, 2012. – № 227. – С.31-36.

6. Глушко Ю.В. Перспективы развития виноградарско-винодельческих предприятий Украины / Ю.В.Глушко // Научные труды ЮФ НУБиП Украины

«Крымский агротехнологический университет». Серия «Экономические науки». Выпуск 143. – Симферополь, 2012. – С. 224-229.

7. Глушко Ю.В. Информационно-электронная система организации распределения продукции виноградарско-винодельческих предприятий / Ю.В.Глушко // Научные труды ЮФ НУБиП Украины «Крымский агротехнологический университет». Серия экономические науки. – Выпуск 158. – Симферополь, 2013. – С.221- 225.

8. Глушко Ю.В. Кооперация в сфере сбыта виноградарско-винодельческой продукции в АР Крым / Ю.В.Глушко // Сборник научных трудов SWorld. – Выпуск 4. Том 42. – Россия. Иваново: МАРКОВА А.Д., 2013. – С.83-88.

9. Глушко Ю.В. Прогноз развития виноградарско-винодельческих предприятий АР Крым / Ю.В.Глушко // Бизнес-навигатор: научно-производственный журнал. – Херсон, 2013. – №2 (31). – С.6-11.

10. Глушко Ю.В. Система показателей в сфере сбыта продукции виноградарско-винодельческих предприятий / Ю.В.Глушко // Культура народов Причерноморья: научный журнал. – Симферополь: ТНУ им.Вернадского, 2013. – № 243. – С.124-127.

Матеріали конференцій та статті в інших виданнях:

11. Глушко Ю.В. Предприятия виноградарской отрасли АР Крым: основные принципы модернизации / Ю.В.Глушко // Конкурентоспособность в условиях глобализации: реалии, проблемы и перспективы: Материалы VI научно-практической конференции Житомирского филиала Киевского института бизнеса и технологий. – Житомир, 2012. – С. 297.

12. Глушко Ю.В. Проблемы конструктивной модернизации виноградарства в АР Крым / Ю.В.Глушко // Аспекты стабильного развития экономики в условиях рыночных отношений: Материалы VI научно-практической конференции Уманьского национального университета садоводства, ч.1. – Умань, 2012. – С.76-77.

13. Глушко Ю.В. SWOT-анализ системы сбыта виноградарско-винодельческих предприятий Крыма / Ю.В.Глушко // Инновационное развитие экономики: проблемы и перспективы: Сборник материалов Международной научно-практической конференции Киевского экономического научного центра. – Киев: ГО «Киевский экономический научный центр», 2012. – Ч.1. – С.203-205.

14. Глушко Ю.В. Кооперирование предприятий в сфере сбыта / Ю.В.Глушко // Экономика, управление, финансы: теория и практика: Материалы международной научно-практической конференции (г.Хмельницкий). – Херсон: Производственный дом «Гельветика», 2013. – С. 162-163.

15. Глушко Ю.В. Прогнозирование выручки от реализации продукции виноградарско-винодельческих предприятий АР Крым / Ю.В.Глушко // Економіка в контексті глобальних перетворень суспільного розвитку: збірник

матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції. – Днепропетровск: НО «Перспектива», 2013. – Ч.3. – С.23.

16. Глушко Ю.В. Разработка и внедрение системы показателей эффективности сбыта / Ю.В.Глушко // Роль финансово-кредитного механизма в развитии экономики страны: Материалы XXIII Международной научно-практической конференции. – Львов: ЛЭФ, 2013. – С.91-92.

17. Глушко Ю.В. Формирование и оценка каналов сбыта продукции виноградарско-винодельческих предприятий Крыма / Ю.В.Глушко // Актуальні питання розвитку економіки в умовах сучасної нестабільності: Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції, Ч.1. – Київ, 2013. – С.53-55.

18. Глушко Ю.В. Электронная коммерция как способ совершенствования системы сбыта продукции виноградарско-винодельческих предприятий / Ю.В. Глушко // Розвиток національних економік в умовах глобальної нестабільності: матеріали міжнародної науково-практичної конференції. – Одеса, 2013. – С.99.

19. Глушко Ю.В. Организация создания сбытовых кооперативов на виноградарско-винодельческих предприятиях / Ю.В.Глушко // Научный журнал «Молодой ученый». – Херсон, 2013. – №1. – С.13-16.

АНОТАЦІЯ

Глушко Ю.В. Управління збутом продукції виноградарсько-виноробних підприємств. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) – Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса, 2014.

У дисертації розглянуто найбільш важливі етапи управління збутом, досліджено теоретичні аспекти управління збутом, роль збуту в діяльності підприємства, основні фактори що впливають на збут готової продукції, форми і методи збуту, визначено методіку формування ефективної збутової стратегії виноградарсько-виноробних підприємств.

Вивчено рівень виробничо-господарського розвитку виноградарсько-виноробних підприємств Криму, особливості системи збуту на підприємствах, існуючі проблеми. Розроблено систему показників для управління збутом продукції виноградарсько-виноробних підприємств. Зроблено оцінку рівня досягнення цільових показників в системі збуту продукції виноградарсько-виноробних підприємств АР Крим.

Запропоновано інформаційну модель формування збутової політики підприємства. Проведено сегментацію споживачів виноробної продукції. Запропоновано шляхи вдосконалення управління збутом продукції виноградарсько-виноробних підприємств в кожному із сегментів.

Кооперування підприємств визначено як найбільш перспективний напрямок вдосконалення системи управління збутом продукції виноградарсько-виноробних підприємств.

Ключові слова: управління, збут, виноградарство, виноробство, продукція, підприємство.

АННОТАЦІЯ

Глушко Ю.В. Управление сбытом продукции виноградарско-винодельческих предприятий. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.04 – экономика и управление предприятиями (по видам экономической деятельности). – Одесская национальная академия пищевых технологий, г. Одесса, 2014.

В диссертационной работе осуществлено теоретическое обобщение и предложено новое решение важной научной и практической проблемы формирования механизмов и инструментов управления сбытом продукции виноградарско-винодельческих предприятий.

Рассмотрены наиболее важные этапы управления сбытом, такие как изучение потребительских предпочтений и распределение продукции по каналам реализации. Исследованы теоретические аспекты управления сбытом, роль сбыта в деятельности предприятия, основные факторы влияющие на сбыт готовой продукции, формы и методы сбыта, определена методика формирования эффективной сбытовой стратегии виноградарско-винодельческих предприятий. Доказано, что управление сбытом должно быть направлено на завоевание и сохранение предприятием лучшей доли рынка и удержание преимущества над конкурентами.

Изучен уровень производственно-хозяйственного развития виноградарско-винодельческих предприятий Крыма, особенности системы сбыта на предприятиях, существующие проблемы. Анализ показал, что большинство виноградарско-винодельческих предприятий АР Крым находятся в состоянии ожидания модернизации и требуют существенных вложений денежных средств.

Разработана система показателей для управления сбытом продукции виноградарско-винодельческих предприятий. Произведена оценка уровня достижения целевых показателей в системе сбыта продукции виноградарско-винодельческих предприятий Крыма. Данная оценка показала, что предприятия нуждаются в коренном изменении сложившейся системы управления и пересмотре внутренних взаимоотношений между функциональными подразделениями с целью обеспечения тесного взаимодействия между ними и организации работы, связанной со сбытом на более высоком уровне.

Предложена концепция формирования сбытовой политики виноградарско-винодельческих предприятий, которая основывается на реальных возможностях предприятий, учитывает влияние всех внутренних и внешних факторов, предполагает такую организацию товародвижения, которая обеспечит снижение издержек на сбыт при повышении его эффективности.

Обоснованы организационно-управленческие меры по созданию и функционированию служб сбыта виноградарско-винодельческих предприятий, что будет способствовать более тесному контакту производителя с

потребителем, позволит более детально учитывать изменения потребительских запросов, динамику рынка, максимально контролировать все операции, связанные с движением товаров, обеспечить сохранность качества продукции и увеличения объемов продаж.

Произведена сегментация потребителей винодельческой продукции. В соответствии с полученными группами предложены пути совершенствования управления сбытом продукции виноградарско-винодельческих предприятий в каждом из сегментов.

Проведены исследования, позволившие определить кооперирование предприятий как наиболее перспективное направление совершенствования системы управления сбытом продукции виноградарско-винодельческих предприятий. Формализован комплекс управленческо-организационных мер по созданию сбытовых кооперативов, что дало возможность виноградарско-винодельческим предприятиям установить порядок создания и регистрации сбытового кооператива, определить порядок распределение прибыли в кооперативе.

Ключевые слова: управление, сбыт, виноградарство, виноделие, продукция, предприятие.

SUMMARY

Glushko Julia. Products' marketing management of the winegrowers and wineries. – manuscript.

Dissertation for the PhD degree in economics by specialty 08.00.04 – economics and management of enterprises (by economic activity). – Odessa National Academy of Food Technologies, Odessa, 2014.

The most important stages of the marketing management were considered in the dissertation. The theoretical aspects of the marketing management, the marketing role in the enterprise's activity, the main factors affecting the integrated products marketing, forms and methods of marketing were explored, the winegrowers and wineries' effective marketing strategy formation methods were defined.

The winegrowers and wineries' production and economic development level in Crimea, especially the distribution system in enterprises, the existing problems were investigated. An indexes system for products' marketing management of the winegrowers and wineries was developed. The assessment of the targets' achievement level in the products' marketing of the winegrowers and wineries system was effected.

An information model of the enterprise's marketing policy, which must line with its overall operations concept, were requested. Wine products consumer's segmentation were made. Ways to improve the products' marketing management of the winegrowers and wineries in each of the segments were offered.

Research that allowed to determine the enterprises' cooperation as the most perspective direction of the products' marketing management of the winegrowers and wineries development were conducted.

Keyword: management, marketing, winegrowers, wineries, product, enterprise.

