

**Данные об авторе**

**Шедяков Владимир Евгеньевич,**

доктор социологических наук, кандидат экономических наук, независимый исследователь  
e-mail:shedyakov1@gmail.com

**Data about the author**

**Vladimir Shedyakov,**

doctor of sociological sciences, candidate of economic sciences, free-lance  
e-mail: shedyakov1@gmail.com

УДК 339.332:658.8:005.582-044.247

МОЛНАР О.С.  
ВАЙГАРТЕН В.В.  
ЗАРЕВА Е.Е.

## Інтегрований підхід до регулювання збуту продукції

**Предметом дослідження** є інтегрований підхід до регулювання збуту продукції.

**Метою дослідження** є визначення механізму регулювання виробничо-збутової діяльності підприємств через застосування інтегрованого підходу до управління промисловістю.

**Методи дослідження.** У роботі використані діалектичний метод наукового пізнання, метод аналізу і синтезу, порівняльний метод, метод узагальнення даних.

**Результати роботи.** У статті наведена послідовність виконання управлінських перетворень при застосуванні інтегрованого підходу до регулювання виробничо-збутової діяльності підприємств. Визначена доцільність застосування комплексних автоматизованих систем управління підприємством, що дозволить автоматизувати всі бізнес-процеси підприємства в комплексі, поєднуючи їх у єдине інформаційне поле. Наведено взаємодіючі управлінські функції «збутового циклу». Виділено основні складові в структурі логістичного циклу.

**Висновки.** Результатами проведеного дослідження стали наступні висновки. Ефективність діяльності галузі залежить, перш за все, від конкурентоспроможності підприємств, які входять до неї, і тому доцільним є застосування інтегрованого підходу до регулювання збуту продукції саме на рівні підприємств з подальшим переходом на галузевий і національний рівень. При впровадженні інтегрованого підходу до регулювання виробничо-збутової діяльності необхідне застосування комплексних автоматизованих систем управління підприємством. Вони дозволяють автоматизувати всі бізнес-процеси підприємства в комплексі, поєднуючи їх у єдине інформаційне поле. Збутовий цикл поєднує в собі ознаки управлінського циклу, що дозволяє ефективно регулювати виробничо-збутову діяльність підприємств через основні функції управління. За допомогою логістичного підходу в збутовому циклі інтегровано підсистему «збут» з підсистемами «виробництво» та «постачання» і розглянуто виробничо-збутову діяльність як єдину систему, що має зворотній зв'язок із внутрішнім і зовнішнім середовищем.

**Ключові слова:** підприємство, продукція, конкурентоспроможність, збут, ефективність, інформація, інновації, маркетинг, споживач, ринок.

МОЛНАР А.С.  
ВАЙГАРТЕН В.В.  
ЗАРЕВА Э.Э.

## Интегрированный подход к регулированию сбыта продукции

**Предметом исследования** является интегрированный подход к регулированию сбыта продукции.

**Целью исследования** является определение механизма регулирования производственно-сбытовой деятельности предприятий посредством применения интегрированного подхода к управлению промышленностью.

**Методы исследования.** В работе использованы диалектический метод научного познания, метод анализа и синтеза, сравнительный метод, метод обобщения данных.

**Результаты работы.** В статье приведена последовательность выполнения управленческих

преобразований при применении интегрированного подхода к регулированию производственно–сбытовой деятельности предприятий. Определена целесообразность применения комплексных автоматизированных систем управления предприятием, что позволит автоматизировать все бизнес–процессы предприятия в комплексе, объединяя их в единое информационное поле. Приведены взаимодействующие управленческие функции «сбытового цикла». Выделены основные составляющие в структуре логистического цикла.

**Выводы.** Результатами проведенного исследования являются следующие выводы. Эффективность деятельности отрасли зависит, прежде всего, от конкурентоспособности входящих в нее предприятий и поэтому целесообразно применение интегрированного подхода к регулированию сбыта продукции именно на уровне предприятий с последующим переходом на отраслевой и национальный уровень. При внедрении интегрированного подхода к регулированию производственно–сбытовой деятельности необходимо применение комплексных автоматизированных систем управления предприятием. Они позволяют автоматизировать все бизнес–процессы предприятия в комплексе, объединяя их в единое информационное поле. Сбытовой цикл объединяет в себе признаки управленческого цикла, что позволяет эффективно регулировать производственно–сбытовую деятельность предприятий через основные функции управления. С помощью логистического подхода в сбытовом цикле интегрирована подсистема «сбыт» с подсистемами «производство» и «снабжение» и рассмотрена производственно–сбытовая деятельность как единая система, имеющая обратную связь с внутренней и внешней средой.

**Ключевые слова:** предприятие, продукция, конкурентоспособность, сбыт, эффективность, информация, инновации, маркетинг, потребитель, рынок.

MOLNAR O.S.  
VAIHARTEN V.V.  
ZAREVA E.E.

### **An integrated approach to product sales regulation**

**The subject of the study** is an integrated approach to the regulation of product sales.

**The purpose of the study** is to determine the mechanism of regulation of production and marketing activities of enterprises through the application of an integrated approach to industrial management.

**Research methods.** The dialectical method of scientific cognition, the method of analysis and synthesis, the comparative method, the method of generalization of data are used in the work.

**Results of work.** The paper presents the sequence of management changes in the application of an integrated approach to the regulation of production and marketing activities of enterprises. The expediency of application of complex automated enterprise management systems is determined, which will allow to automate all business processes of the enterprise in the complex, combining them into a single information field. Interactive management functions of the «sales cycle» are given. The main components in the structure of the logistics cycle are highlighted.

**Conclusions.** The results of the conducted study were the following conclusions. The efficiency of the industry depends primarily on the competitiveness of enterprises that are part of it, and therefore it is advisable to apply an integrated approach to regulating the sale of product exactly at the enterprise level with the subsequent transition to the sectoral and national levels. When implementing an integrated approach to the regulation of production and marketing activities, it is necessary to use complex automated enterprise management systems. They allow to automate all business processes of the enterprise in the complex, combining them into a single information field. The sales cycle combines in itself the features of the management cycle, which allows to effectively regulate the production and sales activities of enterprises through the basic functions of management. With the help of the logistic approach in the sales cycle the subsystem «sales» is integrated with the subsystems «production» and «supply» and the production and sales activity is considered as a single system that has feedback with the internal and external environment.

**Keywords:** enterprise, products, competitiveness, sales, efficiency, information, innovations, marketing, consumer, market.

**Постановка проблеми.** У процесі реформування економіки України при адаптації до ринкової системи господарювання суттєво підвищилась актуальність проблем, пов'язаних із забезпеченням ефективного регулювання збуту продукції. Це спонукає дослідників шукати напрями, форми та інструменти організаційно-економічного механізму регулювання збуту продукції, які сприятимуть стабілізації позитивних тенденцій розвитку та відповідатимуть цілям реформування економіки.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Питання розробки збутової політики підприємств висвітлені у роботах вітчизняних та зарубіжних учених: І. Ансоффа, Л.В. Балабанової, Г.Дж. Болта, Д. Джоббера, Г.М. Дорожкіної, Ф. Котлера, І.В. Скорнякової та ін. Однак, не дивлячись на наявність наукових робіт з даної тематики, існує потреба в дослідженні організаційно-економічного механізму регулювання збуту продукції.

**Мета статті** – визначення механізму регулювання виробничо-збутової діяльності підприємств через застосування інтегрованого підходу до управління промисловістю.

**Виклад основного матеріалу.** Одночасне використання логістичного і процесного підходів до управління галуззю промисловості дозволяє ефективно регулювати процес збуту продукції. Оскільки ефективність діяльності галузі залежить, перш за все, від конкурентоспроможності підприємств, що входять до неї, доцільним є застосування інтегрованого підходу до регулювання збуту продукції саме на рівні підприємств з подальшим переходом на галузевий і національний рівень.

Інтегрований підхід дозволяє об'єднати зусилля підприємств, споживачів і держави у наскрізному управлінні матеріальними та інформаційними потоками у логістичному ланцюзі «постачання-виробництво-продаж». Він забезпечує адаптацію підприємства до зовнішнього середовища і прийняття запобіжних заходів, що відповідає вимогам ринкової економіки. Застосування інтегрованого підходу до регулювання виробничо-збутової діяльності підприємств відбувається при виконанні наступної послідовності управлінських перетворень: впровадження стратегічного планування; виділення ключових сегментів ринку і продукції дозволяє спрямувати зусилля по удосконаленню даного товару і вийти з ним на інші ринки; формалізація бізнес-процесів підприємства; регламентація бізнес-процесів на рівні взаємодії підроз-

ділів доцільна з використанням автоматизованої системи і системи електронного документообігу; установлення дисципліни виконання процесів; проведення керівництвом оцінки діяльності підприємства; коригування системи мотивації персоналу; становлення командної роботи, усунення матеріальних і трудових витрат, впровадження механізму постійних покращень.

Ефективне впровадження методики інтегрованого підходу до регулювання виробничо-збутової діяльності можливе шляхом застосування нових інформаційних технологій і інструментів при створенні автоматизованих систем управління підприємством (АСУП). В даний час усе більшу популярність на ринку програмного забезпечення здобувають комплексні інтегровані системи управління, засновані на сучасних концепціях ERP («планування ресурсів підприємства»), CSRP («планування ресурсів, синхронізованих з покупцем»), SEM («стратегічне управління підприємством»), а також стандартах відкритих систем [8; 10].

Оскільки інформаційна система збуту є частиною системи управління підприємством, вона повинна забезпечувати поетапне проведення маркетингових досліджень, починаючи від збору і реєстрації даних і закінчуючи процесом їхнього аналізу і виробленням рекомендацій в інтеграції з іншими підсистемами.

Нових специфічних рис набувають підходи до планування виробничо-збутової діяльності за невизначених умов ринку. Виробничо-збутова діяльність є процесом, що перебігає у часі. Неможливо визначити часові показники плану без знання тривалості періоду, тому виникають труднощі під час розрахунку. З метою усунення цих недоліків доцільно використовувати методику, що має за основу «збутовий цикл» продукції. Він являє собою сукупність управлінських функцій: прогнозування й планування збуту; організації ринкових зв'язків із споживачем і товароруху продукції; обліку збутових операцій; стимулювання збуту; маркетингового контролю. Розглянуті функції забезпечують ефективну з комерційної точки зору розробку збутової стратегії і приносять максимальний прибуток виробнику.

Збутовий цикл є різновидом повного логістичного циклу. Логістичний цикл – це інтегрована у часі сукупність циклів, пов'язаних з комплексними логістичними функціями (постачанням, виробництвом, збутом) [9, с. 30]. Якщо логістичний цикл

розглядати від моменту замовлення споживачем товару до моменту його отримання (покупки), то він називається повним логістичним циклом. В структурі логістичного циклу виділяють основні складові: цикл замовлень; цикл створення (підтримки) запасів; цикл обробки замовлень споживачів; цикл організації закупівель і розміщення замовлень; цикл доставки (матеріальних ресурсів, готової продукції, послуг); операційний (виробничий) цикл; цикл збору замовлень споживачів і підготовки документації; цикл аналізу і підготовки звітів.

Оснoву лoгістичнoгo циклу склaдaє eфeктивнe упрaвління зaпaсaми з мeтoю отримання мaксимaльнoгo прибутку. Нa відміну від лoгістичнoгo, збутовий цикл пoєднує в собі oзнaки упрaвлінськoгo циклу, щo дoзвoляє eфeктивнo рeгулювaти виробничo-збутову діяльність підприємств через oснoвні функції упрaвління. Зa дoпoмoгoю лoгістичнoгo підхoду в збутовoму циклі інтeгрoвaнo підсистeму «збут» з підсистeмaми «виробництвo» і «пoстaчaння» і рoзглянуто виробничo-збутову діяльність як єдину систeму, щo мae звoрoтній зв'язoк із внутрішнім і зoвнішнім сeрeдoвищeм.

### Висновки

Ефективність діяльності галузі залежить, перш за все, від конкурентоспроможності підприємств, які входять до неї, і тому доцільним є застосування інтегрованого підходу до регулювання збуту продукції саме на рівні підприємств з подальшим переходом на галузевий і національний рівень. При впровадженні інтегрованого підходу до регулювання виробничо-збутової діяльності необхідність не застосування комплексних автоматизованих систем управління підприємством. Вони дозволяють автоматизувати всі бізнес-процеси підприємства в комплексі, поєднуючи їх у єдине інформаційне поле. Збутовий цикл поєднує в собі ознаки управлінського циклу, що дозволяє ефективно регулювати виробничо-збутову діяльність підприємств через основні функції управління. За допомогою логістичного підходу в збутовому циклі інтегровано підсистему «збут» з підсистемами «виробництво» та «постачання» і розглянуто виробничо-збутову діяльність як єдину систему, що має зворотній зв'язок із внутрішнім і зовнішнім середовищем.

### Список використаних джерел

1. Важинський Ф.А., Колодійчук А.В. Маркетингове дослідження в системі управління конкурентоспро-

можністю підприємств. Науковий вісник НЛТУ України: зб. наук.-техн. праць. Львів: РВВ НЛТУ України. 2009. Вип. 19 (1). С. 125–130.

2. Гаврилко П.П., Колодійчук А.В., Черторижський В.М. Фактори інноваційного розвитку промисловості. Науковий вісник НЛТУ України: зб. наук.-техн. праць. 2011. Вип. 21 (11). С. 201–205.

3. Гаврилко П.П., Лалакулич М.Ю., Колодійчук А.В. Основні фактори виникнення кризових явищ на промислових підприємствах. Науковий вісник НЛТУ України: зб. наук.-техн. праць. 2012. Вип. 22.4. С. 158–164.

4. Колодійчук А.В., Гуштан Т.В., Молнар О.С., Василюха Н.В., Чобаль Л.Ю. Міжнародні перевезення в міжнародній економіці: підручник. Львів: Вид-во НН-ВК «АТБ», 2021. 189 с.

5. Колодійчук А.В. Інформація як фактор інноваційного розвитку економіки. Формування ринкових відносин в Україні. 2012. №5/1(132). С. 58–62.

6. Колодійчук А.В., Пісний В.М. Особливості функціонування машинобудівних підприємств на сучасному етапі розвитку економіки України. Науковий вісник НЛТУ України. 2009. Вип. 19 (13). С. 172–178.

7. Колодійчук А.В., Пісний В.М., Семчук Ж.В. Сутність інновацій, структура та основні етапи інноваційного процесу. Науковий вісник НЛТУ України. 2009. Вип. 19 (9). С. 191–196.

8. Максимов Ю.А., Папков В.И., Сабодаш В.Н. СМК как средство повышения конкурентоспособности и эффективности предприятия. Особенности реализации. Методы менеджмента качества. 2005. №11. С. 17–25.

9. Михайличенко Г.О. Моделювання логістичних систем збуту для різних типів туристичних підприємств. Маркетинг і реклама. 2001. № 3. С. 29–31.

10. Romat E. Integrirovannye marketingovye kommunikatsii v mestakh prodazhi. Marketing i reklama. 2000. №2. С. 36–40.

11. Сопільник Л.І., Колодійчук А.В. Теоретичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємств. Науковий вісник НЛТУ України. 2009. Вип. 19 (8). С. 183–187.

12. Сопільник Л.І., Колодійчук А.В. Управління конкурентоспроможністю машинобудівних підприємств на сучасному етапі розвитку економіки України. Науковий вісник НЛТУ України. 2009. Вип. 19 (10). С. 222–227.

### References

1. Vazhyns'kyy F.A., Kolodiychuk A.V. Marketynhovi doslidzhennya v systemi upravlinnya konkurentospromozhnisty u pidpryyemstv. Naukovyy visnyk NL-TU Ukrayiny: zb. nauk.-tekhn. prats'. L'viv: RVV NLTU Ukrayiny. 2009. Vyp. 19 (1). S. 125–130.

2. Havrylko P.P., Kolodiychuk A.V., Chertoryzhs'kyi V.M. Faktory innovatsiynoho rozvytku promyslovosti. Naukovyy visnyk NLTU Ukrainy: zb. nauk.–tekhn. prats'. 2011. Vyp. 21 (11). S. 201–205.

3. Havrylko P.P., Lalakulych M.Yu., Kolodiychuk A.V. Osnovni faktory vynyknennya kryzovykh yavlyshch na promyslovykh pidpryyemstvakh. Naukovyy visnyk NLTU Ukrainy: zb. nauk.–tekhn. prats'. 2012. Vyp. 22.4. S. 158–164.

4. Kolodiychuk A.V., Hushtan T.V., Molnar O.S., Vasylykha N.V., Chobal' L.Yu. Mizhnarodni perevezennya v mizhnarodniy ekonomitsi: pidruchnyk. L'viv: Vyd-vo NNVK «ATB», 2021. 189 s.

5. Kolodiychuk A.V. Informatsiya yak faktor innovatsiynoho rozvytku ekonomiky. Formuvannya rynkovykh vidnosyn v Ukraini. 2012. №5/1(132). S. 58–62.

6. Kolodiychuk A.V., Pisnyy V.M. Osoblyvosti funktsionuvannya mashynobudivnykh pidpryyemstv na suchasnomu etapi rozvytku ekonomiky Ukrainy. Naukovyy visnyk NLTU Ukrainy. 2009. Vyp. 19 (13). S. 172–178.

7. Kolodiychuk A.V., Pisnyy V. M., Semchuk Zh.V. Sutnist' innovatsiy, struktura ta osnovni etapy innovatsiynoho protsesu. Naukovyy visnyk NLTU Ukrainy. 2009. Vyp. 19 (9). S. 191–196.

8. Maksimov Yu.A., Papkov V.I., Sabodash V.N. SMK kak sredstvo povysheniya konkurentosposobnosti i effektivnosti predpriyatiya. Osobennosti realizatsii. Metody menedzhmenta kachestva. 2005. №11. S. 17–25.

9. Mykhaylychenko H.O. Modelyuvannya lohistychnykh system zbutu dlya riznykh typiv turystychnykh pidpryyemstv. Marketynh i reklama. 2001. № 3. S. 29–31.

10. Romat, Ye. (2000). Integrirovannyye marketingovyie kommunikatsii v mestakh prodazhi [Integrated marketing communications at points of sale]. In Marketing i reklama [Marketing and Advertising]:Vol. 2 (pp. 36–40).

11. Sopil'nyk L.I., Kolodiychuk A.V. Teoretychni aspekty upravlinnya konkurentospromozhnisty pidpryyemstv. Naukovyy visnyk NLTU Ukrainy. 2009. Vyp. 19 (8). S. 183–187.

12. Sopil'nyk L.I., Kolodiychuk A.V. Upravlinnya konkurentospromozhnisty mashynobudivnykh pidpryyemstv na suchasnomu etapi rozvytku ekonomiky Ukrainy. Naukovyy visnyk NLTU Ukrainy. 2009. Vyp. 19 (10). S. 222–227.

#### **Дані про авторів**

##### **Молнар Олександр Сергійович,**

к.е.н., доцент, завідувач кафедри економічної теорії, ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

e-mail: Kaf-et@uzhnu.edu.ua

##### **Вайгартен Василь Васильович,**

магістр, економічний факультет, ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

e-mail: Kaf-et@uzhnu.edu.ua

##### **Зарева Евеліна Едуардівна,**

магістр, економічний факультет, ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

e-mail: Kaf-et@uzhnu.edu.ua

#### **Данные об авторах**

##### **Молнар Александр Сергеевич,**

к.э.н., доцент, заведующий кафедрой экономической теории, ГВУЗ «Ужгородский национальный университет»

e-mail: Kaf-et@uzhnu.edu.ua

##### **Вайгартен Василий Васильевич,**

магістр, економічний факультет, ГВУЗ «Ужгородський національний університет»

e-mail: Kaf-et@uzhnu.edu.ua

##### **Зарева Эвелина Эдуардовна,**

магістр, економічний факультет, ГВУЗ «Ужгородський національний університет»

e-mail: Kaf-et@uzhnu.edu.ua

#### **Data about the authors**

##### **Oleksandr Molnar,**

Ph.D. of Economics, Associate Professor, Head of the Department of Economic Theory, Uzhhorod National University

e-mail: Kaf-et@uzhnu.edu.ua

##### **Vasyl' Vaiharten,**

Master's degree, Faculty of Economics, Uzhhorod National University

e-mail: Kaf-et@uzhnu.edu.ua

##### **Evelina Zareva,**

Master's degree, Faculty of Economics, Uzhhorod National University

e-mail: Kaf-et@uzhnu.edu.ua