

УДК 338.33 (477):65.012.34:334.716

ОРГАНІЗАЦІЯ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВУГЛЕДОБУВНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ ПОПИТУ: МЕТОДИЧНЕ ТА ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ*

Трушкіна Н.В.

Інститут економіки промисловості
Національної академії наук України

У статті уточнено зміст поняття «збутова діяльність вугледобувного підприємства» з урахуванням особливостей його функціонування. Виявлено чинники, які впливають на організацію процесів збутової діяльності вугледобувних підприємств. Виконано аналіз динаміки показників збутової діяльності вугледобувних підприємств. Надано пропозиції щодо вдосконалення методичного забезпечення організації збутової діяльності вугледобувних підприємств в умовах нестабільності попиту, які включають поліпшення контрактних взаємовідносин з різними категоріями споживачів; формування системи управління збутовою діяльністю; обґрунтування доцільності створення синдикату. Досліджено питання інформаційного забезпечення організації збутової діяльності вугледобувних підприємств.

Ключові слова: вугледобувне підприємство, збутова діяльність, організація, методичне забезпечення, контрактні взаємовідносини, різні категорії споживачів, система управління збутовою діяльністю, механізм, синдикат, інформаційне забезпечення.

Постановка проблеми. Дослідження показують, що вугледобувні підприємства функціонують в умовах нестабільності попиту та зниження рівня лояльності споживачів. Тому підвищення ефективності організації збутової діяльності є ключовим компонентом створення доданої вартості та конкурентних переваг вугледобувних підприємств. Це відбувається за рахунок прогнозування попиту споживачів вугільної продукції, формування реально виконаних планів і програм збутової діяльності, постійного контролю і регулювання процесів у збутових мережах, своєчасного виявлення проблем і оперативного прийнятих управлінських рішень, впровадження інформаційних технологій. За експертними розрахунками, реалізація заходів з удосконалення організації збутової діяльності промислових підприємств сприяє скороченню витрат на реалізацію, маркетинг і підтримку клієнтів на 10–15% [1, с. 48], зменшенню вартості та часу на обробку замовлень на 20–40% [2, с. 32], збільшенню обсягів відвантаження продукції на 35–40% [3, с. 43], зниженню часу на переміщення товарів та рівня транспортних витрат у результаті оптимізації маршрутів руху транспорту та узгодження графіків поставок [4, с. 21, 22].

Отже, сучасні умови господарювання вугледобувних підприємств вимагають пошуку резервів підвищення ефективності їх функціонування, серед яких можна назвати вдосконалення організації збутової діяльності з урахуванням нестабільності попиту на вугільну продукцію.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемі організації збутової діяльності промислових підприємств присвячено значну кількість праць провідних вітчизняних і зарубіжних учених. У наукових публікаціях О. Біловодської, О.С. Белоусової, А. Богдановича, О. Клименка, О. Кошика, О. Кривешко, В. Кислого, І. Кулиняка, Н. Лагоцької, К. Лещини, О. Олефіренко, С. Розумей,

О. Смоляник, Н. Терент'євої розглянуто сутність поняття «збутова діяльність». Науково-методичне, організаційне та інформаційне забезпечення управління збутовою діяльністю підприємств та формування методичних підходів до оцінки ефективності функціонування збутових систем висвітлено у наукових працях зарубіжних вчених: П. Аллена, Г.Дж. Болта, Ю. Вітта, Дж. Вуттена, Є. Голубкова, А. Градова, Р.В. Джексона, П. Друкера, П. Зав'ялова, Ф. Котлера, А. Панкрухіна, Г. Річа, Розанн Л. Спіра, В.Дж. Стентона, Ч. Фатрелла, Р.Д. Хісріка, Л. Штерна; вітчизняних: О. Варченка, І. Паски, І. Соловйової.

На основі аналізу наукових публікацій узагальнено основні положення вчених і фахівців:

- проаналізовано ринкові умови функціонування підприємств вугільної промисловості та сформовано організаційно-економічний механізм управління ресурсним потенціалом шахт в умовах нестійкого попиту на вугілля [5, с. 137];

- запропоновано, що «лібералізація національного вугільного ринку має відбуватися шляхом переходу до укладання прямих контрактів між виробниками і споживачами вугільної продукції та впровадження біржової (аукціонної) торгівлі вугіллям» [6, с. 39];

- виконано аналіз сучасного стану розвитку вугільних шахт та економічних проблем забезпечення їх стійкого функціонування [7, с. 109];

- розроблено ефективну модель для визначення необхідності та раціональності укладення контракту з тим чи іншим агентом [8, с. 108-109];

- обґрунтовано, що співвідношення підприємств державного сектору вугільної промисловості та їх контрагентів – енергогенеруючих компаній і металургійних корпорацій – доцільно організувати на принципах економічних мереж [9, с. 97].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на широке коло наукових розробок з обраної теми, проблема вдосконалення організації збутової діяльності вугледобувних підприємств з урахуванням особливостей їх функціонування в умовах нестабільності попиту на вугільну продукцію та сучасних тен-

* Дослідження виконано в рамках науково-дослідної роботи ІЕП НАН України «Розвиток публічно-приватного партнерства у процесі модернізації вугільної промисловості та теплової енергетики» (№ держреєстрації 0115U001638).

денцій розвитку інституціонального середовища потребує подальших наукових розробок. Все це значною мірою обумовило вибір теми даного дослідження та його цільову спрямованість.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є розробка пропозицій щодо вдосконалення методичного та інформаційного забезпечення організації збутової діяльності вугледобувних підприємств в умовах нестабільності попиту на вугільну продукцію.

Виклад основного матеріалу дослідження. Враховуючи особливості функціонування підприємств вугільної промисловості та сучасні умови розвитку кон'юнктури ринку вугілля та інституціонального середовища уточнено зміст поняття «збутова діяльність вугледобувного підприємства», який на відміну від існуючих розглядається як вид господарської діяльності вугледобувного підприємства, що пов'язано з процесом реалізації вугілля з метою задоволення попиту та дотримання умов контрактних відносин з різними категоріями споживачів.

Виявлено, що вітчизняній вугільній галузі притаманні специфічні особливості організації процесів збутової діяльності. Серед них:

- постійні коливання кон'юнктури ринку вугілля та нестабільний попит на вугільну продукцію;
- нерівномірний розвиток процесів споживання та видобутку вугілля в Україні; за даними Державної служби статистики України, обсяг споживання вугілля скоротився за 2007–2015 рр. на 36,2% – з 71 до 45,3 млн т, а видобутку вугілля – на 49,2%, або з 58,9 до 29,9 млн т [10, с. 98; 11, с. 258];
- у структурі споживання енергетичних матеріалів частка вугілля зросла за 2007–2015 рр. на 5,7%, або з 25,2 до 30,9%;
- скорочення обсягів видобутку вугілля, готової, товарної і реалізованої вугільної продукції; за даними Міністерства енергетики та вугільної промисловості України, обсяг видобутку державних вугледобувних підприємств скоротився за 2007–2015 рр. на 84,1% – з 42,2 до 6,7 млн т; готової вугільної продукції – 82,5%, або з 28,6 до 5 млн т; товарної – на 82,6%, або з 28,2 до 4,9 млн т, реалізованої вугільної продукції – на 84,3%, або з 28,1 до 4,4 млн т;
- реалізація вугілля здійснюється, як правило, за прямим каналом збуту;
- нерівномірність обсягів відвантаження вугілля велико- та середньооптовим споживачам;
- збільшення обсягу залишків вугілля на складах державних вугледобувних і вуглепереробних підприємств, тобто спостерігається тенденція профіциту вугільної продукції; за даними Міністерства енергетики та вугільної промисловості України, обсяг залишків вугілля в Україні зросли за 2007–2015 рр. на 114,1% – з 1288,3 до 2757,9 тис. т, а на державних вугледобувних підприємствах – на 68,1%, або з 1188,8 до 1997,8 тис. т.;
- характерним є зниження обсягу експорту вугілля і, відповідно, зростання його імпорту; за даними Державної служби статистики України, обсяг експорту вугілля скоротився за 2007–2015 рр. на 83,8%, або з 3,7 до 0,6 млн т, обсяг імпорту вугілля збільшився на 10,6% – з 13,2 до 14,6 млн т [12; 13].

Отже, аналіз статистичних даних свідчить про недостатньо ефективну організацію збутової діяльності вугледобувних підприємств України.

Тому доцільним є розробка пропозицій щодо вдосконалення методичного забезпечення організації збутової діяльності вугледобувних підприємств в умовах нестабільності попиту.

Основними елементами організації збутової діяльності вугледобувних підприємств є підготовка та укладання контрактів з різними категоріями споживачів вугільної продукції, виходячи із специфіки їх обслуговування, і дотримання умов контрактних взаємовідносин. При організації контрактної діяльності зі споживачами існує певна специфіка, яку потрібно враховувати. Так, при оформленні контрактів на поставку вугільної продукції великооптовим споживачам доцільним є включення такого пункту, як 30–50% передплати або відстрочка платежів за відвантажене вугілля. Відмінністю контракту на поставку вугільної продукції середньооптовим споживачам має бути те, що умовою оплати є стовідсоткова передплата, а також вибір виду транспортного засобу залежно від обсягів відвантаження. Особливістю контракту на поставку вугілля дрібнооптовим споживачам є стовідсоткова передплата за надані послуги «вугілля плюс поставка» або «вугілля без поставки».

Отже, до етапів підготовки контрактів на поставку вугільної продукції доцільно включити: прогнозування обсягів відвантаження вугільної продукції споживачам; прийом замовлень на вугільну продукцію, укладання контрактів на поставку; процедури узгодження термінів поставок, умов оплати за вугільну продукцію; вибір виду транспорту, укладання контрактів на транспортне обслуговування з вантажно-транспортним управлінням або автотранспортним підприємством; формування графіків транспортування з урахуванням часу в дорозі та часу розвантаження вагонів та автомобільних засобів; застосування стягнень штрафних санкцій із споживачів у випадку їх несвоєчасної відмови від замовлення на поставку продукції.

Потребує також уточнення та доповнення змісту контрактів на поставку вугільної продукції. Практика свідчить, що, як правило, в ситуації, коли споживачі несвоєчасно відмовляються від замовленої вугільної продукції, підприємство сплачує за послуги вантажно-транспортного управління, використання, подання та прибирання вагонів. У зв'язку з цим у контракти на поставку слід включити такий пункт: у випадках, коли споживачі несвоєчасно відмовляються від замовленої вугільної продукції, вони відшкодовують підприємству витрати, які пов'язано з оплатою послуг вантажно-транспортного управління за використання, подання та прибирання вагонів.

Одним з важливих резервів скорочення витрат і підвищення ефективності функціонування вітчизняних вугледобувних підприємств є формування системи управління збутовою діяльністю на основі системного підходу.

Формування системи управління збутовою діяльністю вугледобувного підприємства має базуватися на організаційно-економічному механізмі, під яким розуміється сукупність принципів, інструментів, функцій, методів і засобів, спрямованих на скорочення рівня витрат на організацію процесів збутової діяльності та різних послуг (транспортних, складських, маркетингових тощо).

Доведено, що формування системи управління збутовою діяльністю вугледобувного підприємства має базуватися на якісно нових принципах функціонування: застосування системного підходу до організації збутової діяльності в єдиному комплексі; реалізація всього переліку функцій управління (прогнозування, планування, організація, облік, контроль, аналіз і регулювання) комплексом послідовно здійснених процесів збутової діяльності; облік специфічних особливостей організації збутової діяльності; диференціювання споживачів вугільної продукції, виходячи з обсягів їх щорічного попиту; партнерські відносини вугледобувного підприємства та споживачів мають здійснюватися на добровільних засадах взаємодії, синергії в результаті інтеграції зусиль, цілей і ресурсів учасників, на основі взаємної залежності в плані відповідальності, розподілу повноважень і ризиків; реалізація процесів збутової діяльності має ґрунтуватися на впровадженні сучасних інформаційно-комунікаційних технологій.

Обґрунтовано, що негативні наслідки, спричинені нестабільністю попиту на вугільну продукцію, можна подолати за рахунок об'єднання у синдикат крупних вертикально інтегрованих компаній (які одночасно є виробниками та споживачами вугільної продукції) та окремих державних вугледобувних підприємств. У рамках державно-приватного партнерства синдикату передається функція управління збутовою діяльністю. Головною метою діяльності синдикату стане підтримка безперервної експлуатації ТЕС (за рахунок поставки необхідного обсягу палива) та забезпечення каналів збуту вугільної продукції для державних шахт. Серед основних завдань синдикату можна назвати такі: визначення необхідного обсягу видобутку вугілля; забезпечення організації процесів збутової діяльності; формування цін на вугілля та політики роботи вугледобувних підприємств.

Отже, утворення синдикату обумовлено необхідністю своєчасного реагування на зміни в попиті; організації безперервних поставок палива на ТЕС; забезпечення гарантованих каналів збуту продукції для державних вугледобувних підприємств; розподіл ризиків.

Пропонується, що розподілення доходу між учасниками синдикату має здійснюватися відповідно до договору про спільну діяльність. Згідно зі ст. 1130 глави 77 Цивільного кодексу України [14] за договором про спільну діяльність сторони (учасники) зобов'язуються спільно діяти без створення юридичної особи для досягнення певної мети. У даному випадку (на прикладі синдикату) без об'єднання вкладів учасників з метою організації збутової діяльності.

Згідно з Цілями сталого розвитку на 2016–2030 роки, першочерговими заходами зі створення стійкої інфраструктури, сприяння сталій індустріалізації та інноваціям визнано посилення інтеграції промислових підприємств до виробничо-збутових ланцюжків та ринків [15].

Серед особливостей сучасних умов господарювання промислових підприємств слід вказати динамічний розвиток інформаційно-комп'ютерних технологій. Це підтверджується результатами аналізу статистичних даних. Так, за даними Державної служби статистики України, кількість

підприємств, що користуються автоматизованим обміном даних для відправлення або одержання товарно-транспортних накладних, зросла за 2011–2015 рр. на 119,7%, або з 6398 до 14057; одержання замовлень від клієнтів – на 70,4%, або з 13005 до 22161; відправлення або одержання інформації про продукцію – на 57,6%, або з 15038 до 23702. При цьому частка підприємств у загальній їх кількості, де здійснюється автоматизований обмін даними, збільшилася, відповідно, на 14,4% (з 24,4 до 38,5%), 11,3% (з 49,5 до 60,8%) і 7,8% (з 57,2 до 65%) [16, с. 12].

Кількість підприємств, де здійснюється регулярний електронний обмін інформації, за рівнем техніко-матеріального забезпечення, виробничим планом або прогнозом попиту клієнтів збільшилася на 35,6%, або з 3840 до 5206; розвитком доставки кінцевої продукції споживачам – на 40,6%, або з 4331 до 6088. Питома вага цих підприємств у загальній кількості підприємств, де використовується автоматизований обмін даними, становила в 2015 р., відповідно, 14,3% і 16,7%. На основі обстеження рівня усвідомлення переваг у використанні інформаційно-комунікаційних технологій при організації ринку збуту виявлено, що 10,7% респондентів відзначають про значні поліпшення (у 2011 р. – 7,7%) [16, с. 13, 14].

До основних логістичних технологій, які застосовуються для організації процесів збутової діяльності підприємства можна віднести: CRM (управління взаємовідносинами зі споживачами), DDT (концепції «реагування на попит») та DRP (системи планування дистрибуції продукції та ресурсів у розподілі).

Висновки і пропозиції. У результаті дослідження виявлено чинники, які впливають на організацію процесів збутової діяльності вугледобувних підприємств. Встановлено, що для вирішення визначених проблем у сучасних умовах необхідним є пошук дієвих механізмів організації збутової діяльності вугледобувних підприємств, головними з яких визнано удосконалення системи контрактних взаємовідносин вугледобувного підприємства з урахуванням специфіки обслуговування велико-, середньо- та дрібнооптових споживачів; формування системи управління збутовою діяльністю; обґрунтування доцільності створення синдикату як організаційної форми, що об'єднує крупні вертикально інтегровані компанії (які одночасно є виробниками та споживачами вугільної продукції) та окремі державні вугледобувні підприємства. Досліджено питання інформаційного забезпечення організації збутової діяльності вугледобувних підприємств.

Розраховано очікуваний економічний ефект від реалізації заходів з удосконалення організації збутової діяльності вугледобувного підприємства, який складається з економії витрат на збут у результаті підвищення рівня узгодженості дій між підприємством і вантажно-транспортним управлінням при укладанні контрактів на надання транспортних послуг; формування оптимальних графіків руху вагонів; раціонального використання вагонів за вантажопідйомністю; скорочення часу на обслуговування споживачів вугільної продукції. Розрахунки показують, що очікуваний економічний ефект від реалізації заходів з удосконалення організації збутової діяльності на ПАТ «Шахта імені О.Ф. За-

сядька» становить 279,6 тис. грн, на ВСП «Шахтоуправління «Павлоградське» – 46,6 тис. грн та ДВАТ «Шахта «Степова» ПАТ «ДТЕК Павлоградвугілля» – 52,8 тис. грн.

Отже, впровадження комплексу заходів з удосконалення організації збутової діяльності вугле-

добувного підприємства за рахунок підвищення рівня обслуговування різних категорій споживачів та поліпшення контрактних взаємовідносин сприятиме формуванню науково обґрунтованої маркетингової стратегії підприємства, яка відповідатиме сучасним вимогам господарювання.

Список літератури:

1. Капінус Л. В. Доцільність впровадження клієнтоцентризму на підприємстві / Л. В. Капінус // Формування ринкових відносин в Україні. – 2008. – № 4 (38). – С. 46-50.
2. Ильченко Н. Б. Организация логистической деятельности украинских торговых предприятий: интеграционный процесс / Н. Б. Ильченко // Логистика: проблемы и решения. – 2010. – № 3 (28). – С. 28-35.
3. Логістичний менеджмент фармацевтичного виробництва: монографія / О. В. Посилкіна, Р. В. Сагайдак-Нікітюк, Г. В. Загорій та ін.; за заг. ред. О. В. Посилкіної. – Харків: Нац. фармацевтичний ун-т, 2011. – 272 с.
4. Економіка логістики / Є. В. Крикавський, О. А. Похильченко, Н. В. Чернописька, О. С. Костюк, Н. Б. Савіна, С. М. Нікшич, Л. Я. Якимішин; за заг. ред. Є. В. Крикавського, О. А. Похильченко. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014. – 640 с.
5. Вагонова О. Г. Управління ресурсним потенціалом вугільних шахт: монографія / О. Г. Вагонова, Ю. С. Папіж. – Дніпропетровськ: Нац. гірничий ун-т, 2013. – 178 с.
6. Амоша О. І. Стан, основні проблеми і перспективи вугільної промисловості України: наук. доп. / О. І. Амоша, Л. Л. Стариченко, Д. Ю. Череватський, НАН України, Ін-т економіки промисловості. – Київ, 2013. – 44 с.
7. Трифонова О. В. Управління стійким функціонуванням вугледобувних підприємств: теорія та практика: монографія / О. В. Трифонова. – Дніпропетровськ: Нац. гірничий ун-т, 2015. – 330 с.
8. Комаров В. Ф. Методы анализа контрактной деятельности предприятия для принятия управленческих решений / В. Ф. Комаров, А. М. Выжитович // Вестник Новосибирского государственного университета. – Сер. Социально-экономические науки. – 2014. – Т. 14. – Вып. 1. – С. 107-116.
9. Розвиток інституціонального середовища промислового виробництва з урахуванням галузевої специфіки: монографія / Л. Л. Стариченко, Д. Ю. Череватський, Ю. С. Залознова та ін.; за заг. ред. акад. НАН України О. І. Амоші; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Київ, 2016. – 160 с.
10. Статистичний щорічник України за 2007 рік. – К.: Держ. комітет статистики України, 2008. – 572 с.
11. Статистичний щорічник України за 2015 рік. – К.: Держ. служба статистики України, 2016. – 576 с.
12. Енергетичний баланс України за 2007 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
13. Енергетичний баланс України за 2015 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
14. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435-IV (із змін, редакція від 02.11.2016 р.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/435-15>
15. Цілі сталого розвитку на 2016–2030 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.un.org.ua/ua/tsili-rozvytku-tysiacholittia/tsili-staloho-rozvytku>
16. Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України в 2015 році: стат. збірник. – К.: Держ. служба статистики України, 2016. – 24 с.

Трушкина Н.В.

Институт экономики промышленности
Национальной академии наук Украины

ОРГАНИЗАЦИЯ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УГЛЕДОБЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ С УЧЕТОМ НЕСТАБИЛЬНОСТИ СПРОСА: МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Аннотация

В статье уточнено содержание понятия «сбытовая деятельность угледобывающего предприятия» с учетом особенностей его функционирования. Выявлены факторы, влияющие на организацию процессов сбытовой деятельности угледобывающих предприятий. Выполнен анализ динамики показателей сбытовой деятельности угледобывающих предприятий. Даны предложения по совершенствованию методического обеспечения организации сбытовой деятельности угледобывающих предприятий в условиях нестабильности спроса, которые включают улучшение контрактных взаимоотношений с различными категориями потребителей; формирование системы управления сбытовой деятельностью; обоснование целесообразности создания синдиката. Исследован вопрос информационного обеспечения организации сбытовой деятельности угледобывающих предприятий.

Ключевые слова: угледобывающее предприятие, сбытовая деятельность, организация, методическое обеспечение, контрактные взаимоотношения, различные категории потребителей, система управления сбытовой деятельностью, механизм, синдикат, информационное обеспечение.

Trushkina N.V.

Institute of Industrial Economics
National Academy of Sciences of Ukraine

ORGANIZATION OF MARKETING ACTIVITY OF MINING ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF INSTABILITY IN DEMAND: METHODOLOGICAL AND INFORMATIONAL SUPPORT

Summary

The article clarifies the concept of «marketing activity coal enterprise» taking into account the characteristics of its functioning. Factors that affect the organization of processes of marketing activity coal enterprise are investigated. Analysis of indexes of marketing activity coal enterprises is made. Proposals to improve the methodological support of the organization of marketing activity of the coal-mining enterprises developed in the conditions of instability in demand, which include improvement of contractual relations with the various categories of consumers; the formation of the sales management system; rationale for the creation of a syndicate. The issues of information support the organization of marketing activity of mining enterprises investigated.

Keywords: coal mining enterprise, marketing activities, organization, methodological support, contractual relationships, different types of customers, marketing management system, mechanism, syndicate, information support.

УДК 336.72

ПРОГНОЗУВАННЯ ТА ПЛАНУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Фісуненко П.А., Штипуляк А.А.

Придніпровська державна академія будівництва та архітектури

В статті представлено результати теоретичного дослідження змісту, особливостей прогнозування та планування діяльності підприємства, їх взаємозв'язок. Визначено напрямки досягнення ефективного використання ресурсів підприємства. Запропоновано методичний підхід до нормування і планування ресурсів підприємства в системі управління ефективністю виробництва. Розкрито сутність і завдання факторного аналізу, його алгоритм та методику.

Ключові слова: підприємство, прогноз, прогнозування, планування, ефективність, ресурси, факторний аналіз.

Постановка проблеми. В умовах реформування економіки України, впровадження ринкових відносин важливого значення набуває постійне вдосконалення управління виробництвом, яке значно залежить від передбачення перспективи розвитку, від прогнозу як засобу пізнання майбутнього. Прогнозування дозволяє запропонувати альтернативні шляхи та передбачити перспективи свого розвитку. Планування ж, в свою чергу, є одним з важливих частин підприємницької діяльності, яке створює основу для ефективної роботи підприємства. Успішна робота підприємства залежить від забезпеченості його необхідними ресурсами та їх ефективного використання. Для підвищення ефективності виробництва на підприємстві потрібно впроваджувати систему управління ефективністю виробництва. Направленість цієї системи – мінімізація ресурсів в кожній одиниці кінцевих результатів виробництва. Одним із інструментів являється факторний аналіз, результати якого використовуються в першу чергу для планування діяльності підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання прогнозування та планування в умовах

ринкових відносин постійно привертають увагу вчених. Відомі роботи таких зарубіжних дослідників, як Р. Аккоф, Петер Друккер, П. Котлер, Е. Ленд Пітер, М. Портер, А. Файоль, Д. Хан та ін. Роботи цих авторів присвячені, методам планування та прогнозування, технологіям розробки планів та прогнозів на підприємстві, аналізу ефективності прогнозування та планування діяльності підприємства, аналізу вимог споживача та діяльності конкурентів тощо. Сьогодні в Україні можна назвати науковців, в роботах яких розглядаються різноманітні проблеми прогнозування та планування, наприклад, М.А. Белов, В.Г. Васильков, Н.П. Гончарова, Б.Є. Грабовецький, О.Г. Дацій, Л.М. Драгун, О.С. Іванілов, Е.А. Зінь, В.О. Коростельов, В.Є. Москалюк, В.А. Сідун, Г.М. Тарасюк, М.Г. Твердохліб, В.М. Тимошенко, М.О. Турченко, Р.Б. Тянь, Т.О. Примаць, С.М. Покропивний, Ю.В. Пономарьова, Г.О. Швиданенко та ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Не зважаючи на велику кількість публікацій, потребують подальших досліджень питання методичного забезпечення планування діяльності підприємства у напрямку