

УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВУГЛЕДОБУВНИХ ПІДПРИЄМСТВ З УРАХУВАННЯМ НЕСТАБІЛЬНОСТІ ПОПИТУ НА ВУГІЛЛЯ

У ринкових умовах господарювання все більшої актуальності набувають проблеми вдосконалення організації збутової діяльності вугільних підприємств з урахуванням нестабільності попиту на вугілля, про що опосередковано свідчить збільшення обсягів залишків вугілля на складах вугледобувних і вуглепереробних підприємств. Спостерігається тенденція зростання витрат на організацію збутової діяльності. За оцінками фахівців, витрати на забезпечення збуту готової продукції у структурі логістичних витрат ряду підприємств в Україні становлять до 8% [1, с. 35]. Тоді як на підприємствах США витрати на управління дистрибуцією в загальному обсязі логістичних витрат складають 3,9% [2, с. 180].

Аналіз економічних показників діяльності підприємств вугільної промисловості, який проведено фахівцями «Галузевого інформаційно-розрахункового центру» державного підприємства «Вугілля України» Міністерства енергетики та вугільної промисловості України, показав, що витрати на збут товарної вугільної продукції у фактичних цінах склали в 2014 р. 202,64 млн грн, а їх питома вага в повній собівартості – 0,79%, витрати на збут 1 т товарної вугільної продукції – 12,59 грн, витрати на збут 1 т реалізованої вугільної продукції – 12,65 грн [3, с. 120].

Отже, дослідження свідчать про необхідність подальших досліджень з метою розробки пропозицій щодо вдосконалення організації збутової діяльності

вугледобувних підприємств з урахуванням сучасних умов господарювання та розвитку ринку вугілля.

Проблемам підвищення ефективності управління збутовою діяльністю промислових підприємств присвячено значну кількість наукових праць вітчизняних і зарубіжних авторів.

Багато вчених здійснюють наукові дослідження щодо уточнення змісту термінів «збут», «збутова діяльність», «управління збутовою діяльністю», «логістичне обслуговування споживачів», «маркетингова політика розподілу», а саме: П.П. Гаврилко, С.М. Голуб, В.І. Гринчуцький, Є.В. Крикавський, І.В. Круценко, Л.І. Нейкова, О.В. Падухевич, В.І. Сергєєв [4-10], Дж.Р. Сток, Д.М. Ламберт [2], І.Є. Ташбаєв [11].

Багаторічні наукові розробки з метою підвищення якості та рівня обслуговування споживачів здійснюють вчені М.Ю. Григорак, О.В. Карпунь, Н.Й. Коніщева, К.В. Мельникова, К.М. Таньков, Н.І. Хтей, Н.І. Чухрай [12-17].

Проблемам управління збутовою діяльністю промислових підприємств присвячено наукові публікації О.С. Белосусової, О.О. Владиченка, М.Ф. Гончаренка, І.І. Ляшко, П.А. Орлова, Т.І. Притиченко, Г.О. Холодного, О.В. Посилкіної, Р.В. Сагайдак-Нікітюк, С.В. Свірдко, С.І. Гриценка [18-24] та ін.

Незважаючи на широкий спектр досліджень із зазначених проблем, у даний час недостатньо розробок щодо вдосконалення організації збутової діяльності

© Н.В. Трушкіна

ті вугледобувних підприємств з урахуванням особливостей їх функціонування з логістичної точки зору.

Мета статті полягає в розробці пропозицій щодо вдосконалення організації збутової діяльності вугледобувних підприємств з урахуванням нестабільності попиту на вугілля.

За даними «Галузевого інформаційно-розрахункового центру» державного підприємства «Вугілля України» Міністерства енергетики та вугільної промис-

ловості України, у 2006-2014 рр. обсяги видобутку рядового вугілля на державних вугледобувних підприємствах в Україні зменшилися на 52,9%. Обсяги товарної вугільної продукції скоротилися на 49,2%, а реалізованого вугілля – на 49,6%. Спостерігалася тенденція значного скорочення попиту на вугілля. У зв'язку з цим обсяги залишків вугілля на складах державних вугледобувних та вуглепереробних підприємств України зросли в 3,2 раза (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка обсягів видобутку вугілля, товарної та реалізованої вугільної продукції, залишків вугілля на складах вугледобувних та вуглепереробних підприємств в Україні за 2006-2014 рр., тис. т¹

Роки	Показники			
	видобуток вугілля	обсяги товарної вугільної продукції	обсяги реалізованої вугільної продукції	залишки вугілля на складах
2006	46390,0	31680,0	31820,0	904,2
2007	42190,0	28150,0	28160,0	1188,8
2008	45380,0	28010,0	27650,0	2315,8
2010	38450,0	24730,0	24390,0	2640,0
2011	38430,0	24980,0	24740,0	2411,7
2012	24877,7	17499,3	17409,6	2114,8
2013	24147,2	17750,2	17710,2	2675,4
2014	21838,7	16097,7	16024,2	2913,8
2014 р. до 2006 р., %	47,1	50,8	50,4	3,22*

¹ Складено за джерелом [3, с. 4, 7].

Примітка: * у разях.

Отже, у 2006-2014 рр. на державних вугледобувних підприємствах в Україні мала місце тенденція спаду обсягів видобутку вугілля, товарної та реалізованої вугільної продукції і, навпаки, значного збільшення обсягів залишків вугілля на складах підприємств.

На основі фактичних даних обсягів видобутку вугілля, товарної та реалізованої вугільної продукції, залишків вугілля на складах державних вугледобувних

підприємств України розраховано значення середньої величини ($x_{cp.}$), середнього квадратичного відхилення від середньої величини (σ) та коефіцієнти варіації (V) цих показників (табл. 2).

Як свідчать розрахунки, коефіцієнт варіації обсягів залишків вугілля на складах становив 40%, що майже в 1,7 раза перевищує значення коефіцієнтів варіації обсягів видобутку вугілля, товарної та реалізованої вугільної продукції.

Таблиця 2

Показники варіації обсягів видобутку вугілля, товарної та реалізованої вугільної продукції, залишків вугілля на складах державних вугледобувних та вуглепереробних підприємств в Україні, тис. т¹

Показники	Видобуток вугілля	Обсяги товарної вугільної продукції	Обсяги реалізованої вугільної продукції	Залишки вугілля на складах
$\chi_{cp.}$	35213,0	23612,2	23488,0	1848,1
σ	9393,8	5435,3	5442,8	740,0
V, %	26,7	23,0	23,2	40,0

¹ Складено автором.

Відчутне збільшення та значні коливання обсягів залишків вугілля на складах вугледобувних і вуглепереробних підприємств вказують на загострення проблеми реалізації вугільної продукції у 2006-2014 рр.

Організація збуту продукції справляє певний вплив на кінцеві показники

господарської діяльності підприємств – собівартість, ціну продукції, а відтак, на рентабельність підприємств. У 2006-2014 рр. спостерігалось зростання збитковості вуглевидобутку в державному секторі галузі в Україні. У 2006 р. цей показник складав 27,1%, у 2011 р. – 36,4, а в 2014 р. – 52,4% (табл. 3).

Таблиця 3

Собівартість і ціна 1 тонни товарної вугільної продукції, грн¹

Роки	Собівартість 1 т товарної вугільної продукції	Ціна 1 т товарної вугільної продукції	Збитковість (–), прибутковість (+) вуглевидобутку, %
2006	337,16	245,77	-27,1
2011	989,39	629,74	-36,4
2014	1125,4	536,0	-52,4

¹ Складено за джерелом [3, с. 120, 121].

Однак ці показники та їх динаміка залежать від багатьох інших чинників і значно різняться по підприємствах. Тому вони не можуть безпосередньо служити для оцінки ефективності збутової діяльності.

Не можуть використовуватися для цієї мети і показники витрат на збутову діяльність (табл. 4), які значною мірою залежать від об'єктивних виробничо-технологічних чинників (обсягів виробництва, відстані від шахти до збагачувальної фабрики, вартості послуг вантажно-транспортних управлінь та залізниць, ставок страхування продукції, вартості

транспортно-експедиційних послуг тощо), а також від особливостей обліку витрат.

Певною мірою ефективність збутової діяльності характеризується динамікою питомих витрат на цю діяльність. Можна відзначити зменшення частки витрат на збут у собівартості на всіх вугледобувних підприємствах. На підприємствах ДП «Макіїввугілля», ДП «Держинськвугілля», ПАТ «Шахтоуправління «Покровське» спостерігалось скорочення питомих витрат на збут у розрахунку на 1 т товарної та реалізованої продукції.

Показники витрат на збутову діяльність¹

Роки	Частка витрат на збут у собівартості товарної продукції, %	Питомі витрати на збут 1 т товарної продукції, грн	Питомі витрати на збут 1 т реалізованої продукції, грн
2006	1,60	5,39	5,37
2011	1,86	18,39	18,57
2014	0,79	12,59	12,65

¹ Складено за джерелом [3, с. 110].

Однак слід мати на увазі, що зміна витрат на збут може бути наслідком змін не в організації збуту, а в технології або організації виробництва. Наприклад, значне (в 14,5 разів) зменшення питомих витрат на збут 1 т товарної та реалізованої вугільної продукції в ПАТ «Шахтоуправління «Покровське» зумовлено передусім введенням у дію власної збагачувальної фабрики.

Визначення методів адекватної оцінки ефективності збутової діяльності потребує додаткових досліджень.

За даними обстеження вугільних підприємств встановлено, що реалізація вугілля для всіх категорій споживачів здійснюється в часі нерівномірно. При цьому існують різні закономірності попиту на вугілля для кожної групи споживачів. Найбільший вплив на загальний обсяг реалізованої вугільної продукції, природно, справляє коливання попиту велико- та середньооптових споживачів.

Колівання загального обсягу реалізації, як правило, співпадають із коливаннями попиту на вугілля великооптових споживачів. Ця категорія споживачів є постійною, тому на її обслуговування звертається особлива увага. Збут вугілля, як правило, здійснюється прямим каналом: майже 80% обсягів реалізації на вугільному підприємстві складають прямі поставки велико- та середньооптовим споживачам [13, с. 85].

Аналіз свідчить, що останніми роками спостерігається тенденція збіль-

шення питомої ваги реалізації вугілля великооптовим і зменшення середньооптовим споживачам у загальному обсязі реалізації. Питома вага реалізації вугілля дрібнооптовим споживачам змінюється несуттєво [14, с. 84]. Це обумовлено тим, що вугільні підприємства більше уваги приділяють поліпшенню довготривалої роботи на договірній основі з великооптовими споживачами, яким відвантажуються більше 90% обсягів реалізації вугілля.

В умовах нестабільного попиту зростає актуальність здійснення прогнозів обсягів реалізації вугілля споживачам з метою розробки обґрунтованих рішень щодо формування планів реалізації готової продукції.

Для одержання більш точних результатів прогнозу обсягів реалізації вугілля необхідно розробляти для кожної категорії споживачів, виходячи з того, що попит на вугілля є індивідуальним для кожної категорії. При прогнозуванні слід проаналізувати фактичні дані за минулі періоди, а саме: хто був споживачами вугільної продукції; якими були фактичні обсяги реалізації вугілля; як реалізовувалися графіки відвантаження; якими були витрати на збутову діяльність.

За результатами дослідження, найбільш точним методом прогнозування обсягів реалізації вугілля споживачам визнано авторегресійну модель. Згідно з розрахунками теоретична погрішність результатів прогнозування загального

обсягу відвантаження вугілля на основі авторегресійної моделі складає 0,13%, із використанням методу «наївних моделей» – 1,2, а за методом екстраполяції середньої – 6,6% [25, с. 286; 26, с. 157].

За реальними даними, відхилення прогнозних від фактичних значень обсягів реалізації вугілля велико- та середньооптовим споживачам на одному з об-

стежених вугледобувних підприємств при використанні авторегресійної моделі становило в 2007 р. відповідно 0,3 та 2,3%, у 2010 р. – 4,5 та 6; методу наївних моделей – у 2007 р. 0,4 та 10,7, у 2010 р. – 7,8 та 11,1, а екстраполяції середньої – у 2007 р. – 0,9 та 5,3, у 2010 р. – 12,3 та 13,2% (табл. 5).

Таблиця 5

Погрішність результатів розрахунку прогнозних значень обсягів реалізованої вугільної продукції споживачам різними методами, %¹

Роки	Погрішність розрахунків прогнозних значень показників обсягів реалізації вугілля на основі методів:		
	авторегресійна модель	наївна модель	екстраполяція середньої
<i>Великооптовим споживачам</i>			
2007	0,3	0,4	0,9
2010	4,5	7,8	12,3
<i>Середньооптовим споживачам</i>			
2007	2,3	10,7	5,3
2010	6,0	11,1	13,2

¹ Складено автором.

Таким чином, прогнозні значення обсягів реалізації вугілля великооптовим споживачам, отримані за допомогою авторегресійної моделі, виявилися більш достовірними порівняно з методами «наївних моделей» та екстраполяції середньої.

Прогнозування динаміки обсягів реалізації вугілля дозволяє приймати більш обґрунтовані рішення при формуванні планів збуту, виробничих програм, заходів щодо вдосконалення процесів обслуговування різних категорій споживачів вугільного підприємства та впровадження нових схем реалізації готової продукції.

На основі узагальнення різних підходів науковців систематизовано напрями вдосконалення організації збутової діяльності (див. рисунок).

Аналіз договірної роботи вугледобувних підприємств зі споживачами свідчить про необхідність її вдосконалення.

Так, у договорі на транспортне залізничне обслуговування є пункт, у якому вказано: «Шахті необхідно надавати вантажно-транспортному управлінню копії заявок на подання вагонів під їх навантаження за 2 дні до початку декади». Разом з тим специфічною особливістю здійснення збутової діяльності на вугледобувних підприємствах є саме нерівномірне відвантаження вугільної продукції.

Є випадки, коли споживачі відмовляються від вугільної продукції, а шахта вже замовила вагони у вантажно-транспортного управління. У таких випадках зростають витрати шахти, пов'язані з простоями вагонів.

Щоб зменшити на шахті ризики, пов'язані з можливими простоями вагонів, доцільно аналізувати, оцінювати та розробляти заходи щодо запобігання виникненню даних ризиків. Ці особливості доцільно враховувати при оформленні договорів.

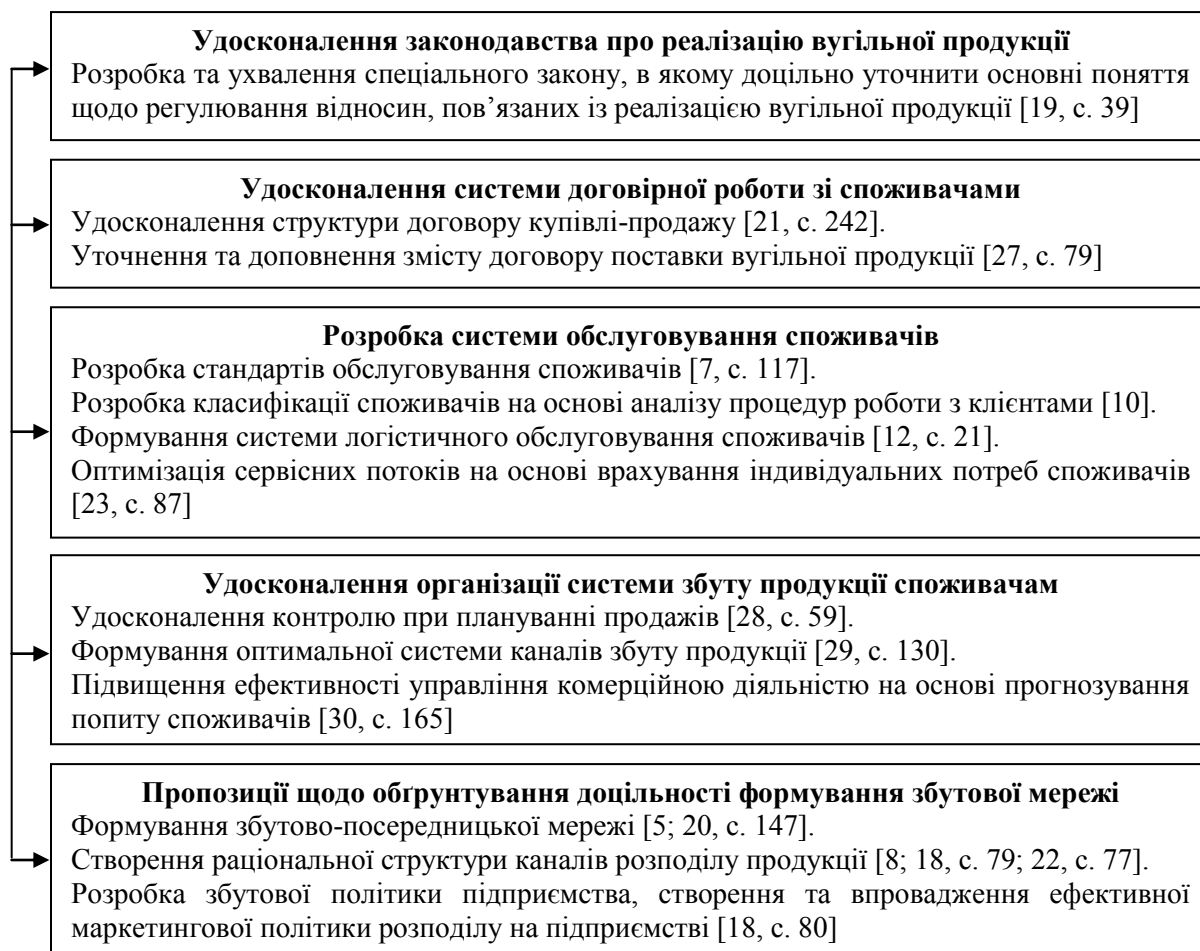


Рисунок. Систематизація наукових підходів до визначення напрямів удосконалення організації збутової діяльності промислових підприємств (складено автором)

У договорах на поставку вугільної продукції є такі пункти: «У випадку поставки товару, що не відповідає за якістю нормативним показникам, до договірної ціни застосовуються скидки»; «У випадку виявлення браку відвантаженої вугільної продукції всі транспортні витрати, що пов'язані з доставкою вантажу до станції вантажоодержувача та до відправника, здійснюються за рахунок шахти». Для запобігання цим випадкам відділу маркетингу, збуту та матеріально-технічного забезпечення разом із технічним підрозділом шахти необхідно посилити контроль за якістю вугільної продукції.

Можливі також випадки, коли споживачі несвоєчасно відмовляються від замовленої вугільної продукції. Практика свідчить, що, як правило, в такій ситуації шахта сплачує за послуги вантажно-транспортного управління, використання, подання та прибирання вагонів. У договорах на поставку вугільної продукції слід включити пункт, в якому має бути вказано, що у випадках, коли споживачі несвоєчасно відмовляються від замовленої вугільної продукції, вони сплачують шахті витрати, пов'язані з оплатою послуг вантажно-транспортного управління за використання, подання та прибирання вагонів.

На основі дослідження запропоновано напрями вдосконалення організації збутової діяльності вугледобувних підприємств, серед яких головними є такі:

здійснення маркетингових досліджень з метою аналізу кон'юнктури ринку вугільної продукції; пошук нових сегментів ринку збуту вугілля;

удосконалення організації дистрибуції на основі впровадження сучасних інформаційних технологій DRP (система планування розподілу продукції) та DRPII (система планування розподілу ресурсів);

розробка методики вибору ефективних каналів збуту на основі спеціального програмного забезпечення для виконання розрахунків за допомогою економікоматематичних методів;

розробка методів обліку запасів із застосуванням програмного забезпечення та систем електронного документообігу для ефективного управління запасами;

розширення складських площ для зберігання запасів вугільної продукції;

удосконалення процесів обслуговування різних категорій споживачів вугільного підприємства на основі впровадження програмних комплексів для здійснення електронної торгівлі та CRM (управління відносинами з клієнтами) – інформаційних технологій, які надають функціональні можливості для автоматизації повного циклу відносин зі споживачами та забезпечують необхідні засоби для управління сферами маркетингу, сервісу тощо;

застосування автоматизованої обробки документів для оформлення процесу транспортування вантажів;

укладання довгострокових договорів на поставку вугільної продукції, у яких має бути зазначено про стягнення штрафних санкцій у разі відмови від замовлення на поставку.

За експертними оцінками, впровадження пропозицій щодо вдосконалення

організації збутової діяльності на промислових підприємствах сприятиме зменшенню термінів доставки готової продукції споживачам на 25-45%, скорочення витрат при реалізації продукції споживачам на 20%, витрат на здійснення транспортних операцій на 20-40%, зростанню рівня сервісу на 15-26%, підвищенню прибутку на 5-15% [31, с. 207].

Очікуваний економічний ефект від реалізації заходів щодо вдосконалення організації збутової діяльності підприємства складається з економії витрат на збутову діяльність у результаті підвищення рівня узгодженості дій між вугледобувним підприємством та вантажно-транспортним управлінням при укладанні договорів на надання транспортних послуг; формування оптимальних графіків руху вагонів; раціонального використання вагонів за вантажопідйомністю; скорочення часу на обслуговування споживачів вугільної продукції.

Економія витрат на збутову діяльність (ΔB):

$$\Delta B = B_{зб} \times \alpha = 932,0 \times 0,05 = 46,6,$$

де $B_{зб}$ – витрати на здійснення збутової діяльності, тис. грн;

α – коефіцієнт, який ураховує економію витрат через скорочення часу на обслуговування споживачів, прискорення оформлення відповідної документації, зростання якості сервісу та рівня обслуговування різних категорій споживачів та впровадження сучасних інформаційних технологій з метою вдосконалення організації дистрибуції.

Отже, очікуваний економічний ефект від реалізації заходів щодо вдосконалення організації збутової діяльності на прикладі одного з обстежених вугледобувних підприємств становитиме в 2015 р. 46,6 тис. грн.

Результати виконаного дослідження мають певну наукову новизну та практичну значущість і полягають у розробці

пропозицій щодо вдосконалення організації збутової діяльності вугледобувних підприємств з урахуванням нестабільності попиту на вугілля.

На основі аналізу роботи вугільної промисловості України за 2006-2014 рр. виявлено тенденції зниження обсягів видобутку вугілля на 52,9%, товарної вугільної продукції – на 49,2%, реалізованої – на 49,6%, і навпаки, значного зростання залишків вугілля на складах вугледобувних і вуглепереробних підприємств у результаті суттєвого скорочення попиту на вугілля.

Згідно з розрахунками коефіцієнт варіації обсягів залишків вугілля на складах перевищував у 1,7 раза коефіцієнти варіації обсягів видобутку вугілля, товарної і реалізованої вугільної продукції. Тобто суттєві коливання обсягів залишків вугілля вказують на існування проблем щодо збуту вугільної продукції.

Таким чином, результати дослідження свідчать про постійні коливання кон'юнктури ринку вугільної продукції, нестабільний попит на вугільну продукцію, вплив чинника сезонності на формування матеріального потоку вугільної продукції, зростання залишків вугілля на складах. Це є однією із специфічних особливостей здійснення процесів логістичної діяльності на підприємствах вугільної промисловості.

Виявлено, що такі показники, як собівартість і ціна 1 тонни товарної вугільної продукції, залежать від багатьох чинників і значно різняться по вугледобувних підприємствах. На частку витрат на збут у собівартості товарної вугільної продукції, питомих витрат на збут 1 тонни товарної продукції, питомих витрат на збут 1 тонни реалізованої продукції впливають такі об'єктивні виробничо-технологічні чинники, як обсяги виробництва, відстань від шахти до збагачувальної фабрики, вартість послуг вантажно-транспортного управління та залізниці,

ставки страхування продукції, вартість транспортних послуг, а також особливості обліку витрат. Тому ці показники не можуть повною мірою використовуватися для оцінки ефективності збутової діяльності.

На основі багаторічних наукових досліджень з проблем управління логістичною діяльністю вугільних підприємств обґрунтовано доцільність диференціювання споживачів вугільної продукції на велико-, середньо- та дрібнооптових, виходячи з обсягів їх щорічного попиту.

Аналіз показників збутової діяльності на вугільних підприємствах показав, що щомісячні обсяги поставки вугілля великооптовим споживачам (вугледобувні та вуглепереробні підприємства, металургійні, коксохімічні заводи, теплоелектростанції) складають від 10 тис. т, середньооптовим (посередницькі організації) – від 60-70 т, дрібнооптовим (це котельні теплопостачання соціальної сфери міста та населення, які купують вугілля для побутових потреб) – до 10 т.

Як свідчить обстеження, у 2014 р. частка поставок на ряді шахт у структурі відвантаження вугілля великооптовим споживачам становила 86-90%, середньооптовим – 3-7, а дрібнооптовим – 1-3%.

Встановлено, що в умовах нестабільності попиту на вугілля зростає актуальність розробки прогнозів обсягів відвантаження вугільної продукції різним категоріям споживачів. Найбільш точним методом прогнозування визнано авторегресійну модель, оскільки теоретична погіршеність результатів прогнозування на її основі становить 0,13%. Отже, авторегресійна модель є одним з ефективних інструментів планування збутової діяльності вугільного підприємства.

На основі узагальнення різних наукових джерел систематизовано напрями вдосконалення організації збутової діяльності промислових підприємств за

5 класифікаційними ознаками: удосконалення законодавства про реалізацію вугільної продукції; поліпшення системи договірної роботи зі споживачами; формування збутової мережі; розробка системи обслуговування споживачів; підвищення ефективності організації системи збуту продукції споживачам.

Виходячи з особливостей функціонування підприємств вугільної промисловості визначено напрями вдосконалення організації збутової діяльності вугільних підприємств в умовах нестабільного попиту на вугілля з використанням сучасних інформаційних технологій, серед яких основними є такі: здійснення маркетингових досліджень з метою аналізу кон'юнктури ринку вугільної продукції; пошук нових сегментів ринку збуту вугілля; удосконалення організації дистрибуції на основі впровадження сучасних інформаційних технологій DRP та DRPII; розробка методики вибору ефективних каналів збуту на основі спеціального програмного забезпечення для здійснення розрахунків за допомогою економікоматематичних методів; розробка методів обліку запасів із застосуванням програмного забезпечення та систем електронного документообігу для ефективного управління запасами; розширення складських площ для зберігання запасів вугільної продукції; удосконалення процесів обслуговування різних категорій споживачів вугільного підприємства на основі впровадження програмних комплексів для здійснення електронної торгівлі та CRM; застосування автоматизованої обробки документів для оформлення процесу транспортування вантажів; укладання довгострокових договорів на поставку вугільної продукції, у яких має бути зазначено про стягнення штрафних санкцій у разі відмови від замовлення на поставку.

Реалізація заходів щодо вдосконалення організації збутової діяльності вуг-

ледобувного підприємства за рахунок підвищення рівня обслуговування різних категорій споживачів та поліпшення договірної роботи сприятиме формуванню науково обґрунтованої маркетингової стратегії вугільного підприємства, що відповідатиме сучасним вимогам господарювання в умовах нестабільності попиту на вугілля.

Практична значущість результатів дослідження полягає в тому, що запропоновані пропозиції щодо вдосконалення організації збутової діяльності можна використовувати в діяльності підприємств вугільної промисловості.

У подальших наукових дослідженнях планується розробити методику оцінки ефективності збутової діяльності та здійснити її апробацію на ряді вугільних підприємств.

Література

1. Исследование удовлетворенности потребителей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.customerservice.com.ua/ru/>.
2. Сток Дж. Р. Стратегическое управление логистикой / Дж.Р. Сток, Д.М. Ламберт; пер. с 4-го англ. изд. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 798 с.
3. Основні показники роботи вугільної промисловості України за 2014 р. – К.: ВП «Галузевий інформаційно-розрахунковий центр» ДП «Вугілля України» Міністерства енергетики та вугільної промисловості України, 2014. – 140 с.
4. Гаврилко П.П. Економічний зміст збуту продукції / П.П. Гаврилко // Економіка. Управління. Інновації. – 2012. – № 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2012_1_11.pdf.
5. Голуб С.М. Використання каналів розподілу у збутовій політиці підприємств будівельної галузі / С.М. Голуб // Економіка. Управління. Інновації: електронне наукове фахове видання. – 2012. –

№ 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2012_1_16.pdf.

6. Гринчуцький В.І. Економіка підприємства / В.І. Гринчуцький, Е.Т. Карапетян, Б.В. Погріщук. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 304 с.

7. Економіка логістичних систем: монографія / М. Васелевський, І. Білик, Є. Крикавський та ін. – Львів: Нац. ун-т «Львівська політехніка», 2008. – 596 с.

8. Нейкова Л.І. Управління збутом продукції агропідприємств – суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності / Л.І. Нейкова, І.В. Круценко // Ефективна економіка. – 2013. – № 11 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.econpmu.pauka.com.ua/?op=1&z=2483.

9. Падухевич О.В. Місце та роль збуту в загальній системі управління підприємством / О.В. Падухевич // Науковий вісник Одеського державного економічного університету. – 2009. – № 9 (87). – С. 82-90.

10. Сергеев В.И. Логистика в современном бизнесе [Электронный ресурс] / В.И. Сергеев. – Режим доступа: <http://www.logistika.ru>.

11. Ташбаев Ы. Развитие логистики в России: современная ситуация, прогноз на будущее, ключевые задачи и приоритеты компаний / Ы. Ташбаев, В. Демин // Логистика. – 2011. – № 2. – С. 74-75.

12. Григорак М.Ю. Логістичне обслуговування / М.Ю. Григорак, О.В. Карпунь. – К.: Нац. авіаційний ун-т, 2010. – 152 с.

13. Коніщева Н.Й. Удосконалення процесів обслуговування різних категорій споживачів / Н.Й. Коніщева, Н.В. Трушкіна // Економіка промисловості. – 2010. – № 2. – С. 83-91.

14. Коніщева Н.Й. Формування організаційної структури управління логістичною діяльністю промислового підприємства: параграф 2.1 / Н.Й. Коніщева, Н.В. Трушкіна // Методичні аспекти прий-

няття рішень щодо розвитку підприємств окремих галузей: розділ 2 // Системи прийняття рішень в економіці, техніці та організаційних сферах: від теорії до практики: колективна монографія / за заг. ред. Л.М. Савчук. – Т. 1. – Павлоград: Арт Синтез-Т, 2014. – С. 78-98.

15. Мельникова К.В. Логістичне обслуговування / К.В. Мельникова, К.М. Таньков. – Харків: Харківський нац. економічний ун-т, 2006. – 156 с.

16. Хтей Н.І. Обґрунтування оптимального рівня та розроблення стандартів логістичного обслуговування клієнтів в ланцюгу поставок / Н.І. Хтей // Прометей: зб. наук. праць. – Вип. № 1 (19). – Донецьк: Ін-т економіко-правових досліджень НАН України, Донецький економіко-гуманітарний ін-т, 2006. – С. 207-212.

17. Чухрай Н. Логістичне обслуговування / Н. Чухрай. – Львів: Нац. ун-т «Львівська політехніка», 2006. – 292 с.

18. Белоусова О.С. Оцінювання ефективності збутової діяльності в рамках маркетингової політики розподілу промислового підприємства / О.С. Белоусова, О.Л. Клименко, К.В. Лещина // Держава та регіони. – Сер. Економіка та підприємництво. – 2011. – № 4. – С. 78-81.

19. Владиченко А.А. Правовое регулирование реализации угольной продукции в Украине и России / А.А. Владиченко // Международное публичное и частное право. – 2013. – № 4 (72). – С. 38-40.

20. Ляшко І.І. Застосування комерційно-посередницького менеджменту у маркетинговій політиці розподілу / І.І. Ляшко // Маркетинг підприємств та територій: зб. наук. праць. – Сер. Економіка. – Т. IX. – Вип. 112. – Донецьк: Донецький держ. ун-т управління, 2008. – С. 240-247.

21. Гончаренко М.Ф. Организация системы сбыта продукции на промыш-

ленных предприятиях с учетом отраслевых особенностей рынка / М.Ф. Гончаренко // *Економічний вісник Донбасу*. – 2011. – № 2. – С. 146-149.

22. Орлов П.А. Збутова діяльність промислових підприємств: теорія та напрямки розвитку: монографія / П.А. Орлов, Г.О. Холодний, М.А. Борисенко, Т.І. Притиченко, Н.І. Алдохіна, В.І. Рожко, В.Г. Щербак, В.Ю. Мавріду. – Харків: Харківський нац. економічний ун-т, 2008. – 232 с.

23. 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.

24. Свиридко С.В. Формирование логистической системы металлургического предприятия: монография / С.В. Свиридко, С.И. Гриценко, О.В. Кленин. – Донецк: Ин-т экономики промышленности НАН Украины, 2010. – 232 с.

25. Коніщева Н.Й. Прогнозування показників логістичної діяльності вугільної шахти: параграф 5.4 / Н.Й. Коніщева, Н.В. Трушкіна // *Управління стійкістю вугільних підприємств: розділ 5 // Управління виробництвом: проблеми теорії та практики: монографія / за заг. ред. О.В. Мартякової*. – Донецьк: ДВНЗ «Донецький національний технічний університет, 2008. – С. 284-292.

26. Коніщева Н.Й. Розробка прогнозів обсягів відвантаження вугілля крупно- та середньооптовим споживачам / Н.Й. Коніщева, Н.В. Трушкіна //

Проблемы подготовки профессиональных кадров по логистике в условиях глобальной конкурентной среды: материалы IX междунар. науч.-практ. конф., Киев, 27-28 октября 2011 г. – Ч. 1. / отв. ред. М.Ю. Григорак, Л.В. Савченко. – К.: Нац. авиационный ун-т, 2011. – С. 154-163.

27. Владиченко О.О. Щодо законодавчого закріплення поняття реалізації вугільної продукції / О.О. Владиченко // *Форум права*. – 2011. – № 4. – С. 77-82.

28. Бурцев В.В. Совершенствование системы управления сбытом продукции / В.В. Бурцев // *Маркетинг в России и за рубежом*. – 2002. – № 2. – С. 57-68.

29. Кавура В.Л. Информационное обеспечение процессов управления сбытом на предприятии / В.Л. Кавура // *Стратегия управления социально-экономическим развитием региона на период до 2010 года: материалы регион. науч.-практ. конф. – Секция. Приоритетные направления развития отраслей материального производства*. – Донецк: Ин-т экономико-правовых исследований НАН Украины, 2000. – С. 129-132.

30. Ляшко І.І. Організація комерційної діяльності з оптової закупки товарів / І.І. Ляшко // *Маркетинг підприємств та територій: зб. наук. праць*. – Сер. Економіка. – Т. IX. – Вип. 112. – Донецьк: Донецький держ. ун-т управління, 2008. – С. 162-169.

31. Кристофер М. Логистика и управление цепочками поставок / М. Кристофер; под общ. ред. В.С. Лукинского. – СПб.: Питер, 2004. – 316 с.

Надійшла до редакції 17.04.2015 р.