

METHODICAL SUPPORT OF IMPROVING THE ORGANIZATION OF MARKETING ACTIVITY OF THE COAL-MINING ENTERPRISES OF UKRAINE*

Yuliia ZALOZNOVA¹, Nataliia TRUSHKINA²

Institute of Industrial Economics of the National Academy of Sciences of Ukraine, Ukraine

Abstract. The purpose of the paper is to develop scientific and methodical approaches and proposals for improving the organization of marketing activity of the coal-mining enterprises of Ukraine in the conditions of instability in demand. *Methodology.* To achieve this goal used methods: statistical analysis, synthesis, comparison, structural and logical, expert evaluation, ranking. *Results.* Factors affecting the organization of the processes of sales activity of coal mining enterprises are revealed. Trends of the modern development of the domestic coal market in Ukraine are determined. The dynamics of marketing performance of coal mining enterprises is analysed. Proposals for improving the organization of marketing activity of the coal-mining enterprises are developed, principal among which are the formation and development of a system of contractual relationships with various categories of consumers of coal products; rationale for the creation of the syndicate as the organizational-economic mechanism of management of marketing activity of the coal-mining enterprises of various forms of ownership; formation of the methodical approach to the selection of an effective channel of coal sales; information support. *Practical implications.* The expected economic effect of the implementation of measures to improve the organization of marketing activity of the coal-mining enterprise is designed. It consists of cost savings on marketing by increasing the level of coherence between the enterprise and the loading and transport management at the conclusion of contracts for the provision of transport services; formation of optimal schedules of wagon movement; rational use of cars on duty; reducing maintenance time consumers of coal products. The introduction of a set of measures to improve the organization of marketing activity of enterprise through improving a service of various categories of consumers and improve the contractual relationships will contribute to the formation of evidence-based marketing strategy that will meet the requirements of modern management. *Value/originality.* The main idea of the study is to develop theoretical and scientific-methodical provisions and develop practical recommendations to improve the organization of marketing activity of the coal-mining enterprises of Ukraine.

Key words: coal mining enterprise, marketing activity, management, instability of demand, contractual relationships, consumers, syndicate, information support.

JEL Classification: D11, D80, C70, K23, L14, L30, M11, M31

1. Введение

На современном этапе угледобывающие предприятия Украины функционируют в условиях нестабильности спроса и снижения уровня лояльности потребителей. Ключевым компонентом создания добавленной стоимости и конкурентных преимуществ предприятий является совершенствование организации их сбытовой деятельности за счет прогнозирования спроса потребителей угольной про-

дукции, формирования реально выполненных планов и программ, постоянного контроля и регулирования процессов в сбытовых сетях, своевременного выявления проблем и оперативно принятых управленческих решений, внедрения информационных технологий.

По оценкам экспертов, внедрение мероприятий по совершенствованию организации сбытовой деятельности промышленных предприятий способствует

* Исследование выполнено в рамках научно-исследовательской работы Института экономики промышленности НАН Украины «Развитие публично-частного партнерства в процессе модернизации угольной промышленности и тепловой энергетики» (№ госрегистрации 0115U001638).

Corresponding author:

¹ Institute of Industrial Economics of the National Academy of Sciences of Ukraine.

E-mail: zaloznova-yuliya@mail.ru

² Department of Issues of Perspective Development of Fuel-Energy Complex, Institute of Industrial Economics of the National Academy of Sciences of Ukraine.

E-mail: nata_tru@ukr.net

сокращению затрат на реализацию, маркетинг и поддержку клиентов на 10–15% (Каринус, 2008), уменьшению стоимости и времени на обработку заказов на 20–40% (Ill'chenko, 2010), увеличению объемов отгрузки продукции на 35–40% (Posylkina, Sahaydak-Nikityuk, Zahoriy, 2011), снижению времени на перемещение товаров и уровня транспортных затрат в результате оптимизации маршрутов движения транспорта и согласования графиков поставок (Krykavs'kyu, Pokhyl'chenko, Chornopys'ka, Kostyuk, Savina, Nikshych, Yakumyshyn, 2014).

Таким образом, современные условия хозяйствования угледобывающих предприятий требуют поиска резервов повышения эффективности их функционирования, среди которых можно назвать совершенствование организации сбытовой деятельности с учетом нестабильности спроса на угольную продукцию.

В результате исследования выявлено, что ученые, как правило, под управлением сбытовой деятельности промышленных предприятий понимают организацию контрактной работы с потребителями на поставку готовой продукции, формирования каналов распределения и портфеля контрактных обязательств.

Как показывает анализ отечественной и зарубежной научной литературы, к основным направлениям повышения эффективности организации сбытовой деятельности промышленных предприятий отнесены: совершенствование законодательства о реализации угольной продукции; разработка системы обслуживания потребителей; совершенствование организации системы сбыта продукции потребителям путем создания оптимальных каналов сбыта; предложения по обоснованию целесообразности формирования сбытовых сетей.

На основе анализа научных публикаций обобщены основные положения ученых и специалистов:

- проанализированы рыночные условия функционирования предприятий угольной промышленности и сформирован организационно-экономический механизм управления ресурсным потенциалом шахт в условиях неустойчивого спроса на уголь (Vahonova, Papizh, 2013);

- предложено, что «Либерализация национального угольного рынка должна происходить путем перехода к заключению прямых контрактов между производителями и потребителями угольной продукции и внедрения биржевой (аукционной) торговли углем» (Amosha, Starychenko, Cherevats'kyu, 2013);

- исследованы современное состояние развития угольных шахт и экономические проблемы обеспечения их устойчивого функционирования (Труфанова, 2015);

- разработана эффективная модель для определения необходимости и рациональности заключения контракта с тем или иным агентом, которая должна

включать такие подходы: применение теории игр; эконометрическая модель для оценки методологии заключения гибридных контрактов; диагностика контрактной деятельности на основе построения диаграмм бизнес-процессов; метод ранжирования Харрингтона; логит-модель, особенностью которой является то, что она переводит значение функции факторов контракта в предполагаемые вероятности заключения контракта; рамочная проблемно-ориентированная методика решения организационно-экономических задач (Komarov, Vyzhitovich, 2014);

- обосновано, что соотношение предприятий государственного сектора угольной промышленности и их контрагентов – энергогенерирующих компаний и металлургических корпораций – целесообразно организовывать на принципах экономических сетей (Starychenko, Amosha, Cherevats'kyu, Zaloznova, 2016).

Несмотря на широкий круг научных разработок по выбранной теме, проблема совершенствования организации сбытовой деятельности угледобывающих предприятий с учетом особенностей их функционирования в условиях нестабильности спроса на угольную продукцию и современных тенденций развития институциональной среды требует дальнейших научных исследований. Все это в значительной степени обусловило выбор темы исследования и его целевую направленность.

Цель данной работы состоит в развитии научно-методических положений и разработке практических рекомендаций по совершенствованию организации сбытовой деятельности угледобывающих предприятий Украины в условиях нестабильности спроса.

Для достижения поставленной цели решены следующие научные задачи: выявлены факторы, влияющие на организацию процессов сбытовой деятельности угледобывающих предприятий; определены тенденции современного развития внутреннего рынка угля в Украине; проанализирована динамика показателей сбытовой деятельности угледобывающих предприятий; разработаны предложения по совершенствованию организации сбытовой деятельности угледобывающих предприятий, основными среди которых являются формирование и развитие системы контрактных взаимоотношений с различными категориями потребителей угольной продукции; обоснование целесообразности создания синдиката как организационно-экономического механизма управления сбытовой деятельностью угледобывающих предприятий различных форм собственности; формирование методического подхода к выбору эффективного канала сбыта угля; информационное обеспечение.

Для решения перечисленных научных задач использованы методы исследования: статистический анализ, синтез, сравнение, структурно-логический, экспертная оценка, ранжирование.

2. Особенности и тенденции развития сбытовой деятельности угледобывающих предприятий Украины

Выявлено, что отечественной угольной отрасли присущи специфические особенности организации процессов сбытовой деятельности. Среди них:

Постоянные колебания и изменения конъюнктуры рынка угля, нестабильный спрос на угольную продукцию, влияние фактора сезонности на формирование материального потока угольной продукции.

Неравномерное развитие процессов потребления и добычи угля в Украине. Так, по данным Государственной службы статистики Украины, объем потребления угля сократился за 2007–2015 гг. на 36,2%, а добычи угля – на 49,2%. При этом наблюдается рост соотношения объема потребления и добычи угля. Если в 2007 г. значение этого показателя составило 1,21, то в 2015 г. – 1,52 раза. Это свидетельствует об увеличении уровня неудовлетворения спроса потребителей угольной продукции (как правило, коксующегося и антрацитного угля) (табл. 1).

Таблица 1

Динамика объемов добычи и потребления угля в Украине

Годы	Объем добычи угля, млн т	Объем потребления угля, млн т	Соотношение объемов потребления и добычи угля, раз
2007	58,9	71,0	1,21
2008	59,5	70,4	1,18
2009	55,0	63,0	1,15
2010	55,0	67,8	1,23
2011	62,7	72,5	1,16
2012	65,7	73,3	1,12
2013	64,4	71,3	1,11
2014	45,9	53,9	1,17
2015	29,9	45,3	1,52

Источник: Статистические сборники Украины за 2007–2015 гг.

В структуре потребления энергетических материалов удельный вес угля вырос за 2007–2015 гг. на 5,7%, или с 25,2 до 30,9%.

Сокращение объемов добычи, готовой товарной и реализованной угольной продукции государственных угледобывающих предприятий. По данным Министерства энергетики и угольной промышленности Украины, объем добычи государственных угледобывающих предприятий сократился за 2007–2015 гг. на 84,1%, готовой угольной продукции – на 82,5%, товарной – на 82,6%, реализованной угольной продукции – на 84,3% (табл. 2).

Увеличение объема остатков угля на складах государственных угледобывающих и углеперерабатывающих предприятий, то есть наблюдается тенденция профицита угольной продукции (как правило, угля

Таблица 2

Динамика объемов добычи угля, готовой, товарной и реализованной угольной продукции государственных угледобывающих предприятий

Годы	Объем добычи угля, млн т	Объем готовой угольной продукции, млн т	Объем товарной угольной продукции, млн т	Объем реализованной угольной продукции, млн т
2007	42,2	28,6	28,2	28,1
2008	45,7	28,4	28,0	27,7
2009	38,4	25,4	25,0	25,4
2010	38,5	25,1	24,7	24,4
2011	38,4	25,3	25,0	24,7
2012	24,9	17,8	17,5	17,4
2013	24,1	18,0	17,8	15,9
2014	12,9	9,7	9,5	8,4
2015	6,7	5,0	4,9	4,4

Источник: Информационные материалы Министерства энергетики и угольной промышленности Украины

газовой марки). Так, по данным Министерства энергетики и угольной промышленности Украины, объем остатков угля в Украине вырос за 2007–2015 гг. на 114,1%, а на государственных угледобывающих предприятиях – на 68,1% (табл. 3).

Характерным является снижение объема экспорта угля и, соответственно, рост его импорта (как правило, коксующегося и антрацитного). По данным Государственной службы статистики Украины, объем экспорта угля сократился за 2007–2015 гг. на 83,8%, а объем импорта угля увеличился на 10,6%. При этом наблюдается тенденция превышения объема импорта над экспортом угля. Если в 2007 г. значение этого показателя составляло 3,57, то в 2015 г. – 24,3 раза (табл. 4).

7. Угольная продукция отгружается различным категориям потребителей: крупнооптовым (постоянная группа – металлургические, коксохимические

Таблица 3

Динамика объемов остатков угля на складах угледобывающих и углеперерабатывающих предприятий в Украине

Годы	Объем остатков угля на складах по Украине, тыс. т	Объем остатков угля на складах государственных предприятий, тыс. т
2007	1288,3	1188,8
2008	2468,8	2315,8
2009	2101,6	1979,4
2010	2877,3	2640,0
2011	2753,0	2411,7
2012	3849,2	2114,8
2013	2675,4	1938,8
2014	2716,3	1968,1
2015	2757,9	1997,8

Источник: Информационные материалы Министерства энергетики и угольной промышленности Украины

Таблица 4

Динамика объемов экспорта и импорта угля в Украине

Годы	Объем экспорта угля, млн т	Объем импорта угля, млн т	Соотношение объемов импорта и экспорта угля, раз
2007	3,7	13,2	3,57
2008	4,5	12,8	2,84
2009	5,3	7,9	1,49
2010	6,2	12,2	1,97
2011	7,0	12,7	1,81
2012	6,1	14,8	2,43
2013	8,5	14,2	1,67
2014	7,1	14,7	2,07
2015	0,6	14,6	24,33

Источник: Энергетический баланс Украины за 2007–2015 гг.

заводы, теплоэлектростанции, ежемесячный объем поставки угля которым составляет от 10 тыс. т); среднеоптовым (посреднические организации, которым угля отгружается один или несколько раз в год; ежемесячный объем поставки составляет до 10 тыс. т) и мелкооптовым (население – объем поставки угля до 10 тонн).

Наблюдается неравномерность объемов отгрузки угля крупно- и среднеоптовым потребителям. Например, на одном из обследованных угледобывающих предприятий объем отгрузки угля крупнооптовым потребителям снизился за 2001–2015 гг. на 65,8%, или с 1731,7 до 592,6 тыс. т, а среднеоптовым – на 87%, или с 509,3 до 66,4 тыс. т. При этом удельный вес отгрузки угля крупнооптовым потребителям увеличился за этот период на 12,6% – с 76,7 до 89,3%, а среднеоптовым потребителям сократился на 12,6% – с 22,6 до 10%. Удельный вес отгрузки угля мелкооптовым потребителям менялся незначительно и составлял 0,7%.

Обследования показали, что в 2015 г. удельный вес поставок на ряде отечественных угледобывающих предприятий в структуре отгрузки угольной продукции крупнооптовым потребителям составил 86–90%, среднеоптовым – 3–10%, а мелкооптовым – 1–3%.

В 2007–2015 гг. наблюдался рост убыточности угледобычи в государственном секторе отрасли. В 2007 г. этот показатель составил 33,1%, в 2011 г. – 36,4, а в 2015 г. – 39,8%. В 2015 г. себестоимость 1 т товарной продукции государственных угледобывающих предприятий превышала цену 1 т товарной продукции в 1,7 раза (в 2007 г. – в 1,5 раз, в 2011 г. – в 1,6 раз).

Полная себестоимость в угольной промышленности Украины выросла в сопоставимых ценах за 2007–2015 гг. на 70,3%, средний темп роста за этот период составил 106,9%. Затраты на организацию сбытовой деятельности в сопоставимых ценах уменьшились на 19,1%, средний темп сокращения составлял 97,4%. Удельный вес затрат на сбытовую деятельность в пол-

ной себестоимости товарной продукции сократился за 2007–2015 гг. с 0,96 до 0,46%. Затраты на сбыт 1 т товарной продукции государственных угледобывающих предприятий Украины увеличились за 2007–2015 гг. на 36,5%, или 6,55 до 8,94 грн, средний темп роста составил 104,0%.

Таким образом, анализ статистических данных свидетельствует о недостаточно эффективной организации сбытовой деятельности угледобывающих предприятий Украины.

В связи с этим целесообразным является определение стратегических направлений совершенствования организации сбытовой деятельности угледобывающих предприятий Украины в условиях нестабильности спроса.

3. Формирование системы контрактных взаимоотношений угледобывающего предприятия с потребителями угольной продукции

Под системой контрактных взаимоотношений авторы данной статьи понимают совокупность взаимосвязанных элементов (объектов, субъектов, функций, методов, принципов, инструментов) для организации непрерывного процесса заключения и выполнения условий контрактов на поставку угольной продукции. Этот процесс должен реализовываться через весь комплекс функций управления: прогнозирование, планирование, организация, учет, контроль, анализ, регулирование. При составлении контракта на поставку угольной продукции определяются обязанности, условия действия, права сторон, гарантии защиты прав, если одна из сторон нарушает обязательства.

При организации контрактной деятельности угледобывающего предприятия с потребителями угольной продукции существует определенная специфика, которую необходимо учитывать. Так, при оформлении контрактов на поставку угольной продукции крупнооптовым потребителям целесообразным является включение такого пункта, как 30–50% предоплаты или отсрочка платежей за отгруженный уголь на определенный срок.

При этом при реализации угольной продукции крупнооптовым потребителям следует учитывать тот факт, что оплата за отгруженный уголь потребителями может осуществляться несвоевременно. В этом случае предприятие-потребитель должно заплатить штраф. Согласно Гражданскому кодексу Украины должник, который просрочил выполнение денежного обязательства, по требованию кредитора обязан уплатить сумму долга с учетом установленного индекса инфляции за все время просрочки, а также 3% годовых от просроченной суммы, если иной размер процентов не установлен договором или законом.

В соответствии со ст. 230 Хозяйственного кодекса Украины участник хозяйственных отношений обязан уплатить штрафные санкции в виде денежной суммы (неустойка, штраф, пеня) в случае нарушения им правил осуществления хозяйственной деятельности, невыполнения или ненадлежащего выполнения хозяйственного обязательства. При этом за нарушение сроков выполнения обязательства взимается пеня в размере 0,1% стоимости товаров (работ, услуг), по которым допущена просрочка выполнения за каждый день просрочки, а за просрочку свыше 30 дней дополнительно взимается штраф в размере 7% указанной стоимости. Таким образом, сумма платежа, которую должен оплатить крупнооптовый потребитель за отгруженную угольную продукцию, увеличивается на сумму штрафа за несвоевременное выполнение своих денежных обязательств. В связи с тем, что крупнооптовым потребителям необходимы значительные объемы угля, при отгрузке применяется железнодорожный транспорт. Формирование графиков транспортировки осуществляется с учетом времени в пути и времени разгрузки вагонов.

Отличием контракта на поставку угольной продукции среднеоптовым потребителям должно быть то, что условием оплаты является 100% предоплата, а также выбор вида транспортного средства в зависимости от объемов отгрузки. Особенностью контракта на поставку угля мелкооптовым потребителям является 100% предоплата за предоставленные услуги «уголь плюс поставка» или «уголь без поставки».

Таким образом, к этапам подготовки контрактов на поставку угольной продукции целесообразно включить такие пункты: прогнозирование объемов отгрузки угольной продукции потребителям; прием заказов на угольную продукцию, заключение контрактов на поставку; процедуры согласования сроков поставок, условия оплаты за угольную продукцию; выбор вида транспорта, заключение контрактов на транспортное обслуживание с погрузочно-транспортным управлением или автотранспортным предприятием; формирование графиков транспортировки с учетом времени в пути и времени разгрузки вагонов и автомобильных средств; применение взысканий штрафных санкций с потребителей в случае их несвоевременного отказа от заказа на поставку продукции.

Содержание контрактов на поставку угольной продукции требует уточнения и дополнения. Практика показывает, что, как правило, в ситуации, когда потребители несвоеременно отказываются от заказанной угольной продукции, предприятие платит за услуги погрузочно-транспортного управления за использование, представление и уборку вагонов. В связи с этим в контракты на поставку следует включить такой пункт: в случаях, когда потребители несвоеременно отказываются от заказанной угольной

продукции, они возмещают предприятию затраты, связанные с оплатой услуг погрузочно-транспортного управления за использование, представление и уборку вагонов.

4. Обоснование необходимости создания угольного синдиката

Исходя из того, что сейчас невозможно достоверно спрогнозировать изменения спроса на угольную продукцию, актуализируется вопрос о формировании организационно-экономического механизма, направленного на минимизацию рисков (связанных с нестабильностью спроса) для обеих сторон (частного и государственного сектора угольной отрасли). Таким механизмом может стать синдикат как организационная форма, объединяющая крупные вертикально интегрированные компании (которые одновременно являются производителями и потребителями угольной продукции) и отдельные государственные угледобывающие предприятия.

Актуальность данной проблемы подтверждается научными разработками ряда ученых. Так, по мнению ученых, «Основными причинами объединения предприятий в топливно-энергетическом комплексе является стремление получить и усилить синергетический эффект, который возникает в результате снижения затрат в вертикальной цепи производства продукции и проведения несколькими компаниями согласованной экономической политики» (Акмаев, Byelozertsev & Byelozertsev, 2009).

Как отмечают ученые Института экономики промышленности НАН Украины, «... для повышения эффективности хозяйствования в угольной промышленности Украины целесообразно предложить институты самоуправления отношений между угольщиками и энергетиками (металлургами) по форме экономических сетей с «площадками» выяснения интересов сторон» (Starychenko, Amosha, Cherevats'kyu, Zaloznova, 2016).

В рамках государственно-частного партнерства синдикату передается функция управления сбытовой деятельностью. Главной целью деятельности синдиката является поддержка непрерывной эксплуатации ТЭС (за счет поставки необходимого объема топлива) и обеспечение каналов сбыта угольной продукции для государственных шахт. Среди основных задач синдиката можно назвать следующие: определение необходимого объема добычи угля; обеспечение организации процессов сбытовой деятельности; формирование цен на уголь и политики работы угледобывающих предприятий.

Создание синдиката обусловлено необходимостью своевременного реагирования на изменения спроса, организации непрерывных поставок топлива на ТЭС, обеспечения гарантированных каналов сбыта продукции для государственных угледобывающих предприятий, распределения рисков.

Доход между участниками синдиката должен распределяться в соответствии с договором о совместной деятельности. Согласно ст. 1130 главы 77 Гражданского кодекса Украины по договору о совместной деятельности стороны (участники) обязуются совместно действовать без образования юридического лица для достижения определенной цели. В данном случае (на примере синдиката) без объединения вкладов участников с целью организации и регулирования совместной сбытовой деятельности.

5. Методический подход к выбору эффективного канала сбыта угольной продукции

В результате исследования предложен методический подход к выбору эффективного канала сбыта угольной продукции. Из определения приоритета в выборе канала сбыта продукции, предприятие может перепроектировать свою сбытовую сеть. Выбор критерия оценки степени достижения поставленной цели и ранжирование показателей, характеризующих этот критерий, устанавливается экспертным путем на основе балльной оценки (табл. 5).

Данная таблица является исходной. При этом следует рассчитать следующие показатели:

– отклонение фактического размера от оптимального:

$$\Delta F_{ij} = F_{omn} - F_{факт}; \quad (1)$$

– степень соответствия оптимальности фактическому размеру:

$$P_{kij} = 1 - \left(\frac{\Delta F_{ij}}{F_{omn}} \right); \quad (2)$$

– степень влияния показателя на эффективности сбытовой системы:

$$M_{nij} = K_b \cdot P_{kij}; \quad (3)$$

Расчетами определено значение интегральных показателей – $\sum M_{nij}$ отдельно по каждому каналу сбыта угольной продукции. Так, значение $\sum M_{nij}$ прямого канала сбыта составляет 99,3%, а через посредников – 69,7%. Сравнивая эти значения, выби-

рается тот канал сбыта, который имеет наибольшее значение интегрального показателя ($\sum M_{nij}$).

Таким образом, анализ сбытовой системы на примере угледобывающего предприятия показывает, что варианту сбыта угольной продукции через прямой канал отдается наибольшее предпочтение. Это обусловлено одной из особенностей функционирования угледобывающих предприятий – сбыт угля, как правило, осуществляется по прямому каналу (почти 80% объема реализации угледобывающего предприятия составляют прямые поставки угольной продукции крупнооптовым потребителям).

6. Информационное обеспечение организации сбытовой деятельности угледобывающих предприятий Украины

Согласно Целям устойчивого развития на 2016–2030 годы первоочередными мерами по созданию устойчивой инфраструктуры, содействию постоянной индустриализации и инновациям признано усиление интеграции промышленных предприятий в производственно-сбытовые сети.

Среди особенностей современных условий хозяйствования промышленных предприятий следует указать интенсивное развитие информационно-компьютерных и логистических технологий. Это подтверждается результатами анализа статистических данных. Так, по данным Государственной службы статистики Украины, количество предприятий, пользующихся автоматизированным обменом данных для отправки или получения товарно-транспортных накладных, выросло за 2011–2015 гг. на 119,7%, или с 6398 до 14057; получения заказов от клиентов – на 70,4%, или с 13005 до 22161; отправки или получения информации о продукции – на 57,6%, или с 15038 до 23702. При этом удельный вес предприятий в общем их количестве, где осуществляется автоматизированный обмен данными, увеличился, соответственно, на 14,4% (с 24,4 до 38,5%), 11,3% (с 49,5 до 60,8%) и 7,8% (с 57,2 до 65%).

Количество предприятий, где осуществляется регулярный электронный обмен информации, по

Таблица 5

Критерии выбора канала сбыта угольной продукции

Критерии	Ед. изм.	«0» канал	«1» канал	Важность коэффициента влияния, %
Увеличение объемов реализации	балл	80	40	30
Сокращение уровня затрат на сбыт	балл	70	30	15
Увеличение рентабельности продаж	балл	70	60	15
Своевременная оплата за продукцию	балл	80	80	20
Передача прав собственности за товар	балл	60	40	5
Установление долгосрочных взаимоотношений с потребителями	балл	60	50	15
				$\sum K_b = 100\%$

Источник: составлено авторами

уровню технико-материального обеспечения, производственного плана или прогноза спроса клиентов увеличилось на 35,6%, или с 3840 до 5206; по развитию доставки конечной продукции потребителям – на 40,6%, или с 4331 до 6088. Удельный вес этих предприятий в общем количестве предприятий, где используется автоматизированный обмен данными, составлял в 2015 г., соответственно, 14,3% и 16,7%. На основе обследования уровня осознания преимуществ в использовании информационно-коммуникационных технологий при организации рынка сбыта выявлено, что 10,7% респондентов отмечают о значительных улучшениях (в 2011 г. – 7,7%).

К основным логистическим технологиям, применяемым для организации процессов сбытовой деятельности предприятий, можно отнести: CRM (управление взаимоотношениями с потребителями), DDT (концепции «реагирования на спрос»), DRP (системы планирования дистрибуции продукции и ресурсов в распределении).

На основе обобщения зарубежного и отечественного опыта использования информационно-коммуникационных и логистических технологий определены направления совершенствования организации сбытовой деятельности угледобывающих предприятий, которые систематизированы по 3 группам:

– *совершенствование процессов обслуживания потребителей*: внедрение системы электронной коммерции (B2B – «бизнес-к-бизнесу») – программные комплексы для осуществления коммерческой деятельности между предприятиями в сети Интернет. По этой системе осуществляется около 80% электронной коммерции; применение системы электронной коммерции (B2C – «бизнес-к-потребителю») – программные комплексы для осуществления электронной торговли; внедрение концепции CRM (управление взаимоотношениями с клиентами) – информационные технологии, которые предоставляют функциональные возможности для автоматизации полного цикла отношений с клиентами и обеспечивают необходимые средства для управления сферами маркетинга, продаж, сервиса;

– *повышение эффективности организации сбытовой деятельности на угледобывающих предприятиях*: внедрение современных информационных технологий с целью совершенствования организации дистрибуции: DRP, DRPII; разработка методики выбора эффективных каналов сбыта на основе специального программного обеспечения для осуществления расчетов с использованием экономико-математических моделей;

– *совершенствование организации транспортных операций*: оптимизация транспортного потока при внедрении систем управления грузопотоками: Gonrand (сбор информации о наличии грузов), Videotrans (информационное обслуживание предприятий транспорта), CTC (информация о наличии грузов,

вид транспортных средств, маршруты рационального движения), GIS, GPS (определение местоположения транспортных средств); разработка предложений по оптимизации загрузки транспортных средств; внедрение программного обеспечения и использования интернет-технологий для автоматизации транспортных процессов; применение автоматизированной обработки документов для оформления процесса транспортировки грузов.

7. Выводы

В результате исследования выявлены проблемы недостаточно эффективной организации сбытовой деятельности угледобывающих предприятий Украины. Определены тенденции и закономерности функционирования угледобывающих предприятий с позиций организации процессов сбытовой деятельности. Установлено, что резкое колебание спроса на уголь приводит к нестабильному функционированию топливно-энергетического комплекса страны в целом, то есть к возникновению таких негативных явлений, как дефицит и профицит угольной продукции. Для решения определенных проблем в современных условиях необходим поиск действенных механизмов организации сбытовой деятельности угледобывающих предприятий, одним из которых является совершенствование системы контрактных взаимоотношений с учетом специфики обслуживания крупно-, средне- и мелкооптовых потребителей.

Предлагается, что негативные последствия, вызванные нестабильностью спроса на угольную продукцию, можно преодолеть за счет объединения в синдикат крупных вертикально-интегрированных компаний (которые одновременно являются производителями и потребителями угольной продукции) и государственных угледобывающих предприятий.

На законодательном уровне предлагается внесение изменений и дополнений в ст. 120 «Организационно-правовые формы объединений предприятий» Хозяйственного кодекса Украины: «Синдикат – организационная форма существования разновидности картельного соглашения, предусматривающего реализацию продукции, произведенной участниками объединения, через создание совместного сбытового органа или сбытовой сети одного из участников синдиката. Такая форма объединения характерна для предприятий, производящих однородную продукцию».

Для обеспечения эффективной деятельности угольного синдиката в условиях отечественного топливно-энергетического комплекса Министерству энергетики и угольной промышленности Украины необходимо внести изменения и дополнения к проектам:

– Закона Украины «О рынке угольной продукции» – включить в ст. 1 определение синдиката

как организационной формы, которая объединяет угледобывающие предприятия для организации и регулирования совместной сбытовой деятельности на основе государственно-частного партнерства, а также дополнить законопроект статьей, в которой изложить нормативно-правовые основы функционирования синдиката;

– Энергетической стратегии до 2035 года «Безопасность, энергоэффективность, конкурентоспособность» – расширить цель «Развитие энергетических рынков» формированием и функционированием синдиката как инструмента внедрения рыночной модели функционирования энергетических рынков и удовлетворения потребностей национальной экономики собственной угольной продукцией в необходимых объемах с привлечением частного сектора;

– Концепции Государственной целевой экономической программы реформирования угольной промышленности на период до 2020 года – включить комплекс мероприятий по совершенствованию организации сбытовой деятельности угледобывающих предприятий с учетом нестабильности спроса на угольную продукцию.

В результате проведенных расчетов определен ожидаемый экономический эффект от реализации мероприятий по совершенствованию организации сбытовой деятельности угледобывающего предприятия, состоящий из экономии затрат на сбыт в результате повышения уровня согласованности действий между предприятием и погрузочно-транспортным управлением при заключении контрактов на ока-

зание транспортных услуг, формирования оптимальных графиков движения вагонов, рационального использования вагонов по грузоподъемности, сокращения времени на обслуживание потребителей угольной продукции.

Расчеты показывают, что ожидаемый экономический эффект от реализации мероприятий по повышению эффективности организации сбытовой деятельности на примере ПАО «Шахта имени А.Ф. Засядько» составляет 279,6 тыс. грн, на структурных подразделениях «Шахтоуправление «Павлоградское» – 46,6 тыс. грн и «Шахта «Степная» ПАО «ДТЭК Павлоградуголь» – 52,8 тыс. грн.

Таким образом, внедрение комплекса мероприятий по совершенствованию организации сбытовой деятельности угледобывающих предприятий Украины за счет повышения уровня обслуживания различных категорий потребителей, улучшения контрактных взаимоотношений, информационного обеспечения и создания синдиката будет способствовать формированию научно обоснованной маркетинговой стратегии предприятия, отвечающей современным требованиям хозяйствования.

Перспективы дальнейших разработок в этом направлении состоят в разработке модели контрактных взаимоотношений угледобывающего предприятия с различными категориями потребителей, предложений по созданию электронной биржи в Украине по торговле угольной продукцией и методического подхода к оценке эффективности управления сбытовой деятельностью угледобывающих предприятий.

References:

- Akmayev, A. I., Byelozertsev, V. M. & Byelozertsev, R. V. (2009). Development strategy of coal mining enterprises. Alchevsk, DSTU, 226 p.
- Amosha, O. I., Starychenko, L. L. & Cherevat's'kyi, D. Yu. (2013). Status, main problems and prospects of coal industry of Ukraine. Kyiv, IEP NASU, 44 p.
- Vahonova, O. H. & Papizh, Yu. S. (2013). Management resource potential of coal mines. Dnepropetrovsk, NMU, 178 p.
- Il'chenko, N. B. (2010). Organization logistic activities of Ukrainian commercial enterprises: the integration process. Logistics: problems and solutions, 3 (28): 28-35.
- Kapinus, L.V. (2008). The feasibility of implementing the company klientotsentryzmu. Formation of market relations in Ukraine, 4 (38): 46-50.
- Komarov, V. F. & Vyzhitovich, A. M. (2014). Methods of analysis of the contract of the company for management decisions. Bulletin of the Novosibirsk State University, 14/1: 107-116.
- Krykav's'kyi, Ye. V., Pokhyl'chenko, O. A., Chornopys'ka, N. V., Kostyuk, O. S., Savina, N. B., Nikshych, S. M. & Yakymyshyn, L. Ya. (2014). Economics Logistics. Lviv, Lviv Polytechnic National University Publishing House, 640 p.
- Posylkina, O. V., Sahaydak-Nikityuk, R. V. & Zahoriy, H. V. (2011). Logistics management of pharmaceutical production. Kharkov, NPU, 272 p.
- Starychenko, L. L., Amosha, O. I., Cherevat's'kyi, D. Yu., Zaloznova, Yu. S. & Et all (2016). Development of institutional environment of industrial production based on industry specifics. Kyiv, IEP NASU, 160 p.
- Tryfonova, O. V. (2015). Sustainable management operation of coal mining companies: theory and practice. Dnepropetrovsk, NMU, 330 p.

Юлия ЗАЛОЗНОВА, Наталия ТРУШКИНА

МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УГЛЕДОБЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ УКРАИНЫ

Аннотация. *Целью работы* является разработка научно-методических подходов и предложений по совершенствованию организации сбытовой деятельности угледобывающих предприятий Украины в условиях нестабильности спроса. *Методология.* Для достижения этой цели используются методы: статистический анализ, синтез, сравнение, структурно-логический, экспертная оценка, ранжирование. *Результаты.* Выявлены факторы, влияющие на организацию процессов сбытовой деятельности угледобывающих предприятий. Определены тенденции современного развития внутреннего рынка угля в Украине. Проанализирована динамика показателей сбытовой деятельности угледобывающих предприятий. Разработаны предложения по совершенствованию организации сбытовой деятельности угледобывающих предприятий, основными среди которых являются формирование и развитие системы контрактных взаимоотношений с различными категориями потребителей угольной продукции; обоснование целесообразности создания синдиката как организационно-экономического механизма управления сбытовой деятельностью угледобывающих предприятий различных форм собственности; формирование методического подхода к выбору эффективного канала сбыта угля; информационное обеспечение. *Практическое значение.* Рассчитан ожидаемый экономический эффект от реализации мероприятий по совершенствованию организации сбытовой деятельности угледобывающего предприятия, состоящий из экономии затрат на сбыт в результате повышения уровня согласованности действий между предприятием и погрузочно-транспортным управлением при заключении контрактов на оказание транспортных услуг; формирования оптимальных графиков движения вагонов; рационального использования вагонов по грузоподъемности; сокращения времени на обслуживание потребителей угольной продукции. Внедрение комплекса мероприятий по совершенствованию организации сбытовой деятельности угледобывающего предприятия за счет повышения уровня обслуживания различных категорий потребителей и улучшения контрактных взаимоотношений будет способствовать формированию научно обоснованной маркетинговой стратегии предприятия, которая будет отвечать современным требованиям хозяйствования. *Значение/оригинальность.* Основная идея исследования состоит в развитии теоретических и научно-методических положений, разработке практических рекомендаций по совершенствованию организации сбытовой деятельности угледобывающих предприятий Украины.