

DOI: [10.32702/2307-2105-2019.5.15](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.5.15)

УДК 338

О. І. Дацій,

*д. е. н., професор, завідувач кафедри фінансів, банківської та страхової справи
Міжрегіональної академії управління персоналом
ORCID: 0000-0002-7436-3264*

С. П. Азізов,

*д. е. н., професор, професор кафедри обліку і оподаткування
Міжрегіональної академії управління персоналом
ORCID: 0000-0003-3884-7840*

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ РЕАЛІЗАЦІЇ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Oleksandr Datsii

*Doctor of Economics, Professor,
Head of the Department of Finance, Banking and Insurance
of the Interregional Academy of Personnel Management
Sizak Azizov*

*Doctor of Science (Economics), Professor, Professor of the Department of Accounting and Taxation
of the Interregional Academy of Personnel Management*

METHODICAL APPROACHES TO THE EFFICIENCY OF MANAGEMENT OF PROCESSES OF IMPLEMENTATION AT INDUSTRIAL ENTERPRISES

Встановлено, що принципи реалізації на промислових підприємствах містять у собі мету та умови реалізації, доцільні її процедури і методи, що забезпечують збут випущеної або перспективної продукції, а також методи ціноутворення. Принципи розвитку охоплюють мету і методи, які повинні бути використані насамперед, для удосконалення продукції, що відноситься до виробничого профілю на промислових підприємствах, а також способів її виготовлення.

Реалізаційний процес на промислових підприємствах потребує комплексного проведення різних видів діяльності, пов'язаних між собою. Відносно коротким з них є процес продажу продукції або інших результатів діяльності підприємства у власність покупців. Крім того, промислові підприємства здійснюють інші види виробничо-господарської діяльності, які передують, доповнюють або сприяють реалізаційному процесу.

Особливості діяльності промислових підприємств дозволили визначити управління реалізаційними процесами як одночасно і функцію, і процес управління, у результаті чого його основні параметри і процедури мають загальні властивості з іншими функціональними завданнями управління, що у сукупності утворюють процес управління підприємствами. Доведено, що система управління реалізаційними процесами на підприємствах дає можливість вирішувати збутові завдання шляхом регулювання виробництва і збуту з метою тривалого їх функціонування в оптимальному економічному режимі на ринковому просторі.

Забезпечення належного управління реалізаційними процесами залежить від наступних чинників: виробничо-технічних, що забезпечують максимальне використання різних засобів

на усіх стадіях реалізаційної діяльності; організаційно-економічних, вплив яких підсилюється в умовах ринкових відносин; соціально-психологічних, зокрема рівня освіти, кваліфікації співробітників, творчої активності, інтелектуального потенціалу, можливостей та рівня економічного мислення.

It is established that the principles of realization at industrial enterprises include the purpose and conditions of realization, its expedient procedures and methods that ensure the sale of released or promising products, as well as pricing methods. The principles of development cover the purpose and methods that must be used first of all to improve the production related to the production profile at industrial enterprises, as well as the methods of its production.

The implementation process at industrial enterprises requires integrated carrying out of various activities connected with each other. The relatively short of these is the process of selling products or other business results to the buyers' property. In addition, industrial enterprises carry out other types of production and economic activities that precede, supplement or facilitate the implementation process.

The peculiarities of the activity of industrial enterprises made it possible to define the management of implementation processes as both a function and a management process, whereby its basic parameters and procedures share common features with other functional management tasks that collectively form the enterprise management process. It is proved that the system of management of realization processes at the enterprises gives an opportunity to solve marketing problems by regulating production and marketing for the purpose of their long-term functioning in the optimum economic regime in the market space.

Ensuring proper management of the implementation processes depends on the following factors: production and technical, ensuring maximum use of various funds at all stages of the implementation activity; organizational and economic, the influence of which is amplified in terms of market relations; social and psychological, in particular the level of education, employee qualifications, creative activity, intellectual potential, opportunities and level of economic thinking.

It is established that the management of implementation processes involves the intensification of innovation and investment activities, the reorganization of production in accordance with market needs. Production policy aims to provide financial stabilization, and the management of the system of sales of products - economic growth with dynamic change of structure, increase of production efficiency and competitiveness of products. This, in turn, causes the expansion of the scope of activity of the enterprise, ensuring a competitive position in the market of consumer goods and the market of industrial goods, obtaining planned profit. At the same time, forms and methods of management of implementation processes, adequate to market relations and realities of the economic situation, should be implemented in the context of enterprise management. Therefore, management organization needs to be considered comprehensively, overcoming organizational chaos, avoiding duplication of functions and negative feedback actions.

Ключові слова: Ефективність управління, методичні підходи, процеси реалізації, промислові підприємства.

Keywords: Management efficiency, methodological approaches, implementation processes, industrial enterprises.

I. Вступ

В епоху загальної комерціалізації ринкова діяльність підприємства припускає новий вид управління – управління реалізаційними процесами. Виникнення і розвиток управління системою реалізації викликано суспільним поділом праці. Даний процес являє собою поглиблення управління суспільним виробництвом. У зв'язку з постійною необхідністю контактувати із зовнішнім для суб'єкта господарювання ринковим середовищем розвивається складна система управління реалізаційною діяльністю. Поглиблення і зміцнення ринкових зв'язків робить управління реалізаційними процесами специфічним видом управлінської діяльності, що організаційно закріплюється за визначеною групою працівників.

Управління реалізаційними процесами являє собою діяльність, спрямовану на забезпечення узгодженої й ефективної роботи фахівців, які аналізують і досліджують ринок, а також здійснюють збутову і комерційну діяльність шляхом підготовки і систематичної передачі директивної інформації (команд, розпоряджень)

працівникам, безпосередньо зайнятим у збутових підрозділах підприємства. Результати реалізаційної діяльності залежать від якості управління, а якість управління характеризується ступенем позитивного впливу на дану діяльність.

Безліч самостійних реалізаційних процесів потребують специфічного управління. У результаті цього, у суб'єктів господарювання виникає єдиний ланцюг або послідовно зв'язаних, або паралельно діючих реалізаційних процесів з відповідними їм управлінськими центрами [1, 2]. Разом з тим, весь реалізаційний ланцюг виробника товарів і послуг має єдину виробничо-комерційну основу, що обумовлює взаємозв'язок ланок цього ланцюга. Для цього господарюючий суб'єкт утворює реалізаційний комплекс, що вибудовує складну систему управління. Так, у сучасних умовах на промислових підприємствах відбувається перехід від хаотичного разового управління окремим реалізаційним процесом до управління реалізаційним комплексом.

II. Постановка завдання

Дослідити теоретичні аспекти та визначити методичні підходи до ефективності управління процесами реалізації на промислових підприємствах.

III. Результати

Для вирішення завдання стосовно визначення асортименту продукції і її руху до споживача реалізаційний комплекс повинен виконувати три групи функцій: дослідницькі; стратегічні; виконавські.

Ці види функцій хоча і відрізняються одна від одної за змістом, але однорідні за характером, тому що мають ідентичну спрямованість.

Практично виконання даних функцій вимагає від системи управління постановки мети, відповідно якій повинна діяти вся управлінська система (система реалізації), що включає в себе планування напрямків, темпів і джерел руху реалізаційних процесів, розробку дій, які забезпечують підтримку цих процесів у межах ринкових параметрів, підведення й аналіз підсумків дії управлінського об'єкта.

Слід зазначити, що управління реалізаційними процесами досить трудомісткий вид діяльності. Він ускладнюється тим, що персонал збутової служби підприємства приймає рішення, як правило, в умовах крайньої нестійкості ринкової кон'юнктури. Виникаючий у зв'язку з цим недолік у кількості і якості необхідної інформації стає постійно діючим чинником в управлінні реалізаційними процесами. Тому, як показують проведені спостереження, фахівцям з реалізації продукції доводиться багато у чому покладатися на свою кваліфікацію, досвід і інтуїцію, опрацьовуючи при цьому значні обсяги інформації.

Нині між практикою роботи промислових підприємств і завданнями, що випливають із їх функцій, спостерігаються значні протиріччя, пов'язані з розбіжністю економічних інтересів торгових підприємств та їхніх споживачів, які бажають робити закупки з найменшими сукупними витратами. Вирішення цих проблем можливе шляхом створення економічного і правового середовища, адекватного вимогам ринкових відносин. У той же час більшість промислових підприємств здійснює продаж споживчих товарів безлічі виробників, які конкурують між собою, тому їхня діяльність також повинна враховувати конкурентні відносини. Особливості комерційної діяльності торгових підприємств пов'язані з специфікою формування ринку продукції промисловості, які визначаються змінами у формуванні попиту, пропозиції і ринкових відносин. Такий ринок більш еластичний і мінливий порівняно з ринком засобів виробництва тому, що попит на ринку більш індивідуальний та вибірковий і залежить від рівня насичення ринку. Пропозиції на цьому ринку також відзначаються різноманіттям номенклатури й асортименту товарів, коротшим рівнем життєвого циклу багатьох товарів, що потребує постійного оновлення і розширення їх номенклатури.

Наявність товарного виробництва визначає існування ринку з функціями і методами регулювання, що йому відповідають. Існування ринку пов'язане з наявністю товарного і грошового обігу, тому він, відповідно, є сферою виявлення певних економічних відносин стосовно обміну товарів, у тому числі і тих, що здійснюються шляхом купівлі-продажу.

З іншого боку, можна розглядати ринок як сферу виявлення взаємовідносин між виробниками і споживачами товарів та між вартістю і споживчою вартістю самого товару, які дуже суперечливі і вирішуються в процесі купівлі-продажу, у результаті чого визначається ціна товару.

Стримуючим фактором розвитку реалізаційної діяльності є низька платоспроможність підприємств, що створює проблеми для потенційного розвитку економіки машинобудування в цілому [3].

Ознаками сучасного торгового ринку як типу господарських зв'язків є вільний вибір партнерів і наявність економічної конкуренції між ними. Ці зв'язки характеризуються такими рисами:

- наявність прямих договірних відносин між учасниками ринку;
- самостійність комерційних учасників процесу торгівлі товарами;
- наявність зв'язків з виробниками.

У процесі розвитку перед кожним промисловим підприємством постає питання про ефективне вкладення капіталу. Під час реалізаційної діяльності підприємства зміцнюють свої відносини з постачальниками, розширюють свою ринкову нішу, створюють інфраструктуру. Звідси - важливість напрямів вкладення капіталу. Значна частина підприємств намагаються стимулювати виробництво тієї продукції, якої в Україні виробляється мало або взагалі не виробляється, вкладаючи в їх розвиток свій капітал. У такий спосіб підприємства фінансують виробництво потрібної продукції, будучи їх потенційним споживачем.

Демократичне управління дає можливість залучити в активне життя різноманітні структури, що забезпечують реалізаційні процеси – продукцією машинобудування, проаналізувати і співставити їх інтереси, знайти загальні підходи до вирішення окреслених проблем. Це забезпечується наявністю широкого спектру вертикальних і горизонтальних зв'язків, що робить демократію ефективною системою управління реалізаційними процесами.

Принцип саморегулювання реалізаційної діяльності полягає в тому, що відношення до суспільної системи як до недосконалої дає можливість її перебудувати, покращувати. Тому тут важливого значення набувають самоорганізація та саморегулювання системи в цілому і системи управління реалізаційними процесами зокрема.

Принцип самофінансування передбачає здатність реалізаційної ланки підприємств функціонувати за рахунок повного самозабезпечення господарювання фінансовими та матеріальним ресурсами з оптимальними витратами та рівнем рентабельності.

Принцип цільового управління передбачає, що підготовка кожного управлінського рішення повинна враховувати альтернативні проекти. Їхній вибір для реалізації визначається системою критеріїв, у якості яких виступають показники соціально-економічної ефективності.

Принцип наукової обґрунтованості вимагає обліку впливу об'єктивних економічних законів на розвиток і розміщення виробництв промислових підприємств, творчого застосування досягнень вітчизняної і закордонної науки в цій галузі.

Принцип регіональності ґрунтується на необхідності урахування конкретних умов і перспектив розвитку підприємств машинобудування при територіальній організації торгівлі промисловою продукцією.

Групу організаційно-технологічних принципів розвитку реалізаційної діяльності забезпечують наступні сутнісні моменти.

На основі принципу територіального поділу праці підприємства повинні розвивати ті галузі, для яких складаються найкращі передумови, а їх продукція користується постійним попитом на загальнодержавному та регіональному ринках.

Будь-яка система складається із „сукупності” розташованих один над одним (чи один під одним) ієрархічних рівнів управління, відображаючи загальну закономірність природи [4]. Отже, організація соціуму завжди є багаторівневою, багатоступінчастою тобто упорядкованою. Саме така упорядкованість управління задля досягнення мети, що повинна бути створена в системі реалізаційними процесами, характеризує принцип ієрархічності.

Постійний контроль за діяльністю усіх ланок управління реалізаційної діяльності здійснюється на основі зворотнього зв'язку, що дає можливість вносити корективи під впливом непередбачувальних факторів на його розвиток.

Принцип державного управління – це законність, обов'язковість виконання рішень вищестоячих органів на державному і регіональному рівнях.

Принцип оптимального співвідношення централізації і децентралізації сприяє підвищенню відповідальності, уникненню дублювання у виконуваних функціях.

До специфічних принципів належать принципи історизму, варіантності, пріоритетності, збалансованості, пропорційності, рівномірності просторового розташування, функціональної інтеграції, доцільності і необхідності, суперництва і конкуренції.

Принцип історизму повинен враховувати еволюційний розвиток реалізаційної діяльності, а також наукові досягнення різних часів, оскільки саме такий підхід здатний створити фундаментальну базу забезпечення ефективного функціонування підприємств галузі в перспективі.

Принцип варіантності полягає в узгодженні процесу реформування реалізаційної ланки на підприємстві, що зумовлюється альтернативним, варіантним характер її подальшого розвитку.

Принцип пріоритетності реалізаційної діяльності проявляється в економічних методах регулювання економічних відносин з урахуванням оптимального поєднання його з організаційними і правовими заходами.

Принцип збалансованості, пропорційності, рівномірності ґрунтується на взаємозалежності реалізаційної діяльності з виробництвами сировини, її транспортування, зберігання, переробки і реалізаційної діяльності на різних рівнях кооперації та вертикальної інтеграції. Тільки збалансований розвиток усіх складових економічної стратегії товаропросування може гарантувати конкурентоспроможність на ринку.

Принцип функціональної інтеграції передбачає досягнення синергетичного ефекту за рахунок взаємодії та інтеграційних зв'язків.

Принцип доцільності і необхідності забезпечує й удосконалює структурну єдність, викриває і усуває перепони на шляху до досягнення цілей. Помилка у виборі напрямків розвитку й управління реалізаційної діяльності може призвести до втрати перспективи й відволіканню потужних соціальних ресурсів.

Принцип суперництва й конкуренції полягає у виявленні найбільш ефективних шляхів реалізації на основі порівняння, відбору й передачі в суспільне споживання найкращих способів господарювання.

Зі сказаного випливає, що реалізаційна система промислового підприємства не буде ефективною і стійкою функціонувати, якщо не буде постійно здійснюватися необхідна для цього організаційна й економічна діяльність, заснована на принципах наукового управління.

Реформування управління промисловим підприємством має свою специфіку. Крім вирішення загальних завдань – розробки стратегії розвитку, підвищення управлінської ролі служби збуту, залучення інвестиційних потоків – необхідно вирішити проблеми взаємодії керівництва підприємства з його підрозділами. Реформування повинне бути закріплене діючим на підприємстві правовим документом.

Управління реалізаційною діяльністю передбачає активізацію інноваційної й інвестиційної діяльності, реорганізацію виробництва відповідно до потреб ринку. Виробнича політика ставить за мету – забезпечити фінансову стабілізацію, а управління системою реалізації продукції – економічне зростання при динамічній зміні структури, підвищення ефективності виробництва і конкурентоспроможності продукції. Це, у свою чергу,

обумовлює розширення сфери діяльності підприємства, забезпечення конкурентного положення на ринку товарів народного споживання і ринку промислових товарів, одержання запланованого прибутку.

Але існує проблема, яка полягає у тому, що форми і методи управління реалізаційною діяльністю, адекватні ринковим відносинам і реаліям економічної ситуації, повинні реалізуватися у контексті управління підприємством. Отже, організацію управління необхідно розглядати комплексно, долаючи організаційний хаос, уникаючи дублювання функцій та негативних дій зворотного зв'язку.

Варто звернути увагу на взаємозв'язок завдань управління реалізаційною діяльністю та завдань управління підприємством у цілому, де першорядна роль повинна приділятися змінам форм і методів управління. Дослідження показали, що конструювання управління реалізаційною діяльністю, при якому керівник промислового підприємства не позбавляється владних і регулюючих функцій, призводить до трансформації її структури, адаптуючи останню до ринкових умов. Становлення управління реалізаційною діяльністю в рамках управління підприємством докорінно змінює роль її керівника: це управління не можна зводити лише до координуючих функцій рекомендаційного характеру та функцій спостереження й оцінки діяльності підприємства.

Управління підприємством за допомогою реалізаційних стратегій має право на існування тільки тоді, коли управління процесами реалізації спирається на економічні механізми і методи, які впливають на фінансову і виробничу політику виробника товарів і послуг. Тому передача деяких управлінських функцій службі збуту на окремих підприємствах закономірний процес. У цьому випадку децентралізація управління підприємством стає більш предметною, професійною, цілеспрямованою. Таким чином, управління реалізаційною діяльністю повинне включати наступні функції:

- розробку виробничої і реалізаційної політики підприємства і створення умов для її реалізації;
- визначення і прогноз ефективних шляхів розвитку підприємства;
- забезпечення пропорційного і комплексного розвитку виробництва;
- координацію виробничої, технічної і реалізаційної політики промислового підприємства;
- розробку перспективних планів і участь у вирішенні питання про виділення фінансових коштів на їхню реалізацію;
- організацію процесу управління, включаючи сприяння у формуванні виробничих і збутових підрозділів;
- удосконалення економічних методів для підвищення технічного рівня виробництва, якості продукції, скорочення термінів впровадження інновацій.

Таким чином, створення або реорганізація служб збуту з передачею їм частини управлінських функцій означає делегування певних повноважень на управління підприємством з метою прискорення процесів прийняття рішень і додання виробничим і реалізаційним процесам більшого динамізму.

Інший аспект характеризує питання про розмежування функцій управління між керівництвом підприємства і збутовою службою. У віданні керівництва підприємства залишається визначення стратегії, формулювання цілей розвитку, здійснення координаційних зв'язків між підрозділами, єдине фінансове керівництво для оптимального розподілу грошових потоків, залучення інвестицій, підбір управлінських кадрів, контрольна діяльність тощо.

Тактичні ж питання діяльності підприємства доводиться вирішувати збутовій службі, яка має відповідну самостійність у прийнятті рішень, і стосуються, насамперед, оперативного управління збутовою діяльністю. Збутовий підрозділ підприємства, як і інші організаційні системи, складається з двох основних підсистем. Отже, управління реалізаційною діяльністю можна схематично представити у вигляді взаємодії двох підсистем: керуючої і керованої. Під керованою підсистемою варто розуміти сукупність керованих процедур, взаємозалежних матеріально-речовинними каналами зв'язку. Керуюча підсистема збуту – це комплексне організаційно-економічне управління реалізаційною діяльністю, а також управління його розвитком.

Особливістю збутової структури є те, що їй властива (на відміну від інших підрозділів підприємства) взаємодія із зовнішнім середовищем. Основна мета управління реалізаційними процесами полягає у регулюванні економічних і техніко-технологічних параметрів виробничого процесу, а також матеріально-технічного забезпечення. При цьому здійснюється порівняння виробничих, реалізаційних процесів і напрямків фінансових потоків для досягнення ефективних результатів господарської діяльності підприємства.

Переваги управління реалізаційною діяльністю промислового підприємства полягають у тому, що існує можливість побудови науково обґрунтованої системи управління, яка найбільше відповідає об'єктивно існуючим ринковим умовам.

Управління реалізаційною діяльністю в системі управління маркетингом потребує побудови системи відносин, яка заснована на використанні набору типових, уніфікованих елементів, тобто моделей, що носять загальнонормативний характер (наприклад, статусів різних рівнів управління, організаційних структур, договірних відносин і т. д.). Така типологія не виключає, безумовно, вибору конкретної моделі з числа можливих і модифікації її відповідно до реалій середовища підприємства).

Під функцією управління у даному випадку варто розуміти вид діяльності, який направлений на виявлення й обґрунтування визначеної сукупності характеристик мети і траєкторії розвитку об'єкта управління та забезпечення реалізації цього розвитку. Управління реалізаційною діяльністю як система являє собою сукупність загальних, основних, спеціальних і локальних функцій, які здійснюються у різних часових періодах і підрозділах, що охоплюють весь комплекс, і процесів діяльності керованого об'єкта. Кожна функція містить відповідні етапи робіт.

Загальні функції, які виникають у процесі руху усєї виробничо-господарської системи, на відміну від розвитку її самостійних підсистем, здійснюються на усіх рівнях управління, у всіх елементах системи. Це – планування, організація, реалізація, регулювання, аналіз і контроль. Провідною функцією управління реалізаційною діяльністю є планування, тобто визначення мети, виявлення шляхів, засобів і методів її досягнення. Виконуючи цю функцію, планування реалізаційною діяльністю встановлює і підтримує об'єктивно обумовлені пропорції між, наприклад, зовнішнім середовищем і системою, системою і складовими її елементами з метою оптимальної координації руху в напрямку визначеної мети.

Поставивши перед об'єктом управління конкретні цілі і завдання, визначивши необхідні пропорції в його елементах і зв'язках, планування реалізаційною діяльністю реалізує їх, формує просторові, тимчасові, функціональні й інші співвідношення з метою досягнення максимальної ефективності. Після того, як виробничий процес організований і функціонує за затвердженим планом, необхідні облік і контроль за здійсненням діяльності як об'єкта, так і суб'єкта управління, перевірка відповідності фактичних параметрів розвитку об'єкта управління розробленому планові, діяльності суб'єкта управління, який відповідає основним принципам управління реалізаційною діяльністю.

У процесі функціонування підприємства відповідно до закономірностей його розвитку і за багатьма іншими причинами керована і керуюча підсистема можуть відхилитися від визначеної траєкторії руху. Підсистема контролю фіксує ці відхилення і, відповідно, інформує підсистему, яка реалізує функцію аналізу.

Відхилення у розвитку об'єкта управління можуть виникнути з багатьох причин, однак їх можна розподілити на дві групи: прогресивні і регресивні. Наявність відхилень ставить перед підсистемою аналізу завдання виявити, чи є ті або інші відхилення від запланованої траєкторії руху. При цьому, обов'язково необхідно дотримуватися пріоритетності оптимуму вищого рівня управління. Так, наприклад, поліпшення якості продукції супроводжується збільшенням витрат на її виробництво, незважаючи на це, підприємство у цілому може виграти.

Після ухвалення рішення про характер відхилення від визначеної траєкторії управління за допомогою регулювання розробляє програму дій по їх ліквідації чи закріпленню. На цьому етапі регулювання тісно переплітається із загальними функціями управління, але реалізується у менших проміжках часу, за допомогою менших обсягів ресурсів, в окремих підсистемах, підрозділах, на нижчих рівнях управління. У випадку істотних відхилень підсистема управління повинна вийти на більш високий рівень із пропозицією про коригування плану. Таким чином, регулювання є функцією міжрівневої взаємодії, що реалізує ті ж функції управління реалізаційними процесами, але тільки стосовно даного локального завдання.

Кількість загальних функцій управління реалізаційною діяльністю завжди залишається незмінною. Залежно від масштабів об'єкта управління виконання загальних функцій може здійснюватися одним підрозділом або їх групою. Кількість основних і спеціальних функцій змінюється залежно від цілей, рівня завдань і організації об'єкта та суб'єкта управління.

Основні функції необхідні для забезпечення процесу безперервного функціонування і розвитку будь-якої системи. До таких функцій варто віднести управління реалізаційною діяльністю, управління технічною підготовкою виробництва, управління основним і допоміжним виробництвом, кадрами, матеріально-технічним постачанням і системою реалізації та ін. Склад і зміст основних функцій змінюється разом з розвитком виробництва (як єдність об'єкта і суб'єкта управління). Їхній склад, і особливо склад підрозділів, що виконують дані функції, у значній мірі залежать від конкретних умов життєдіяльності системи.

Спеціальні функції відображають специфічні умови виробничого процесу окремих типів систем і необхідні для забезпечення їхнього безперервного функціонування і розвитку. Вони необхідні на певних етапах розвитку об'єкта управління. Прикладом може служити здійснення капітального будівництва і ремонту при розширенні диверсифікованих підприємств.

Оскільки реклама у якості самостійного економічного чинника реалізується у сфері виробництва і реалізації продукції як єдина система управління діяльністю підприємства і його ланок, то його сутність визначається як необхідна умова відтворення через споживання.

Управління рекламною діяльністю у системі реалізації продукції – цілісна система, яка складається з багатьох складових, значення і роль яких варіюють залежно від ринкових умов, і відбувається по “замкненому контуру”, тобто по логічному ланцюжку “інформація – мета – стратегія – тактика – операція – контроль – прогноз”. Таким чином, рекламні заходи визначають мету підприємства, але і самі коригуються з урахуванням результатів проведених заходів.

Формування рекламної стратегії підприємства являє собою процес, який передбачає опрацювання альтернативних стратегій та вибір базової, яка, пройшовши заключну перевірку на економічну ефективність, стає основною для вибору комбінації рекламних заходів у рамках рекламного бюджету, що дозволить донести необхідну інформацію цільовій групі.

Висновки

Таким чином, кожна функція управління на підприємстві є досить складною і містить, як правило, планування, організацію, контроль, аналіз і регулювання. Масштаб, структура, рівень розвитку системи, її взаємозв'язок із зовнішнім середовищем, визначають обсяги функцій управління, характер і зміст робіт щодо їхньої реалізації. Наприклад, у системі реалізації продукції реклама товарів виробничо-технічного призначення відрізняється від реклами товарів широкого споживання засобами, методами і формами впливу на споживача. В організації збуту товарів виробничого призначення особистий продаж відіграє більш значну роль, ніж в організації збуту споживчих товарів. Відрізняється це, насамперед, меншим числом покупців і більш великим середнім розміром угоди. Рекламні повідомлення, як правило, розраховані на професійне знання товару

аудиторією. Переважаючий тип аргументації на користь придбання товарів виробничо-технічного призначення – раціональний. Реклама цих товарів не вимагає такого широкого діапазону засобів, як реклама товарів широкого споживання. Реклама товарів виробничо-технічного призначення здійснюється для того, щоб полегшити збутову діяльність і знизити витрати, пов'язані з реалізацією цих товарів.

Література.

1. Антикризове корпоративне управління: теоретичні та прикладні аспекти / С. С. Гасанов, А. М. Штангрет, Я. В. Котляревський та ін. Київ : ДННУ “Акад. фін. управління”, 2012. 301 с.
2. Белошапова В.А., Загорий Г.В. Стратегическое управление: принципы и международная практика / Под ред. В. А. Белошапки. Киев : Абсолют В., 1998. 352 с.
3. Терещенко О. О. Управління фінансовою санацією підприємств : підручник. Київ : КНЕУ, 2006. 552 с.
4. Туриянская М.М. Стратегические аспекты антикризисного управления туристскими предприятиями. *Культура народов Причерноморья*. 2012. №236. С.93-97. URL: http://tourlib.net/statti_tourism/turiyanskaya.htm. (дата звернення: 03.04.2019).

Referenses.

1. Gasanov, S. S. Shanthret, A. M. and Kotlyarevsky, J. V. (2012), *Antykryzove korporatyvne upravlinnya: teoretychni ta prykladni aspekty* [Anti-Crisis Corporate Governance: Theoretical and Applied Aspects], DNNU Acad. Finn. Management, Kyiv, Ukraine.
2. Beloshapova, V.A. and Zagory, G.V. (1998), *Stratehycheskoe upravlenye: pryntsyypy y mezhdunarodnaya praktyka* [Strategic management: principles and international practice], Absolut V, Kyiv, Ukraine.
3. Tereschenko, O. O. (2006), *Upravlinnya finansovoyu sanatsiyeyu pidpryyemstv* [Management of financial rehabilitation of enterprises], KNEU, Kyiv, Ukraine.
4. Turianskaya, MM (2012), “Strategic aspects of anti-crisis management of tourist enterprises”, *Kultura narodov Prychernomoriya*, vol. 236, pp.93-97. URL: http://tourlib.net/statti_tourism/turiyanskaya.htm. (access 03.04.2019).

Стаття надійшла до редакції 20.05.2019 р.