

УДК 338.22.021.4

Гудзь П. В.¹, Пуршева В. М.²

¹д-р екон.наук, проф. НУ «Запорізька політехніка»

²студ. гр. ФЕУз-513 НУ «Запорізька політехніка»

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Проблематика формування стандартизованого та єдиного підходу для створення якісного управління збутовою діяльністю підприємств та бізнес-організацій різних рівнів одна із найголовніших завдань для сучасності. У статті розглянуто теоретико-методичні аспекти управління збутовою діяльністю підприємств, визначено особливості управління та визначено вплив стратегії збуту підприємства на розвиток організації в цілому.

Під час наукового дослідження використано наступні методи: теоретичний аналіз, порівняння та узагальнення науково-теоретичних підходів та методи дедукції та індукції. Об'єкт дослідження: сучасні тенденції особливостей управління збутовою діяльністю підприємств. Предмет дослідження: теоретичні та методологічні методи використання особливостей управління збутовою діяльністю підприємств

Мета дослідження – визначення особливостей управління збутовою діяльністю підприємств в умовах військового стану.

Одним із ключових аспектів управління господарською діяльністю підприємств в Україні є можливість застосування загальних стратегій управління збутом, сприяння продажу продукції в певній галузі та розвитку бізнесу в конкретному регіоні. У таких умовах створення ефективного механізму управління збутом стає особливо актуальним та важливим. Сучасні українські економісти мають різні підходи до визначення терміну "збутова діяльність": деякі вважають її тотожною до понять "розподіл", "товарорух" або "збут", інші розглядають її як процес продажу або як завершальну стадію господарської діяльності підприємства, або взагалі розуміють широко, розкриваючи ці поняття та їх сутність через управління збутовою діяльністю.

Всяка функціональна діяльність на підприємства потребує управлінського впливу. Отже, управління збутовою діяльністю підприємств - це управлінська діяльність, спрямована на досягнення цілей організації, яка включає в себе стимулювання попиту на продукцію та послуги виробника та їх ефективну реалізацію. Уміння підприємства планувати на майбутнє та мати прогрес-

сивне керівництво стають ключовими чинниками стратегічного успіху в умовах сучасної ринкової економіки.

Важливо, щоб вітчизняні компанії мали стійкі конкурентні переваги в сфері збуту товарів для споживачів і змогли підтримувати їх у майбутньому завдяки професійному управлінню збутовою політикою. Реформування традиційних систем управління збутом є актуальною проблемою в Україні, оскільки існуючі підходи не завжди ефективно вирішують проблеми цієї галузі.

Здійснюючи управління збутом, більшість підприємств стикається із такими проблемами:

- 1) слабка фінансова допомога підприємствам з боку держави (розвиток інфраструктури);
- 2) дисбаланс в ціновій політиці на сировину, матеріали тощо;
- 3) недостатня кількість висококваліфікованого збутового персоналу;
- 4) недостатній рівень захищеності підприємств від недобросовісної конкуренції;
- 5) низька платоспроможність населення тощо [1, с.215].

Управління збутовою діяльністю є складним та різнобічним процесом, який потребує постійного аналізу та вдосконалення. Зростання обсягів продажів вітчизняних виробників вимагає розвитку новітніх ефективних технологій у системах управління збутом. Тому головним завданням промислових підприємств є створення ефективної системи управління збутом, яка враховуватиме інтереси регіональних виробників. Ця система повинна включати вирішення ряду теоретичних та практичних завдань, пов'язаних з економічним оцінюванням збутової діяльності, проведенням системних досліджень ринкової кон'юнктури, створенням кваліфікованого відділу маркетингу та логістики, плануванням стратегії розвитку збутової діяльності, формуванням аналітичного та інформаційного забезпечення.

Управління збутом підприємства в умовах ринкової економіки з точки зору маркетингу розглядається як процес планування, організації, мотивації та контролю збутової діяльності, необхідний для досягнення цілей збуту. Створення системи управління збутом на промисловому підприємстві відповідно до запропонованої моделі забезпечить реальні можливості для ефективного управління збутовою діяльністю шляхом орієнтації на ринковий попит, органічного поєднання функцій збуту, забезпечення, менеджменту та їхньої спрямованості на повне задоволення потреб споживача та отримання прибутку. Управління збутом не обмежується лише управлінням каналами збуту. Кожен учасник системи має свою власну організацію збуту, що передбачає побудову структури управління збутом, підбір кваліфікованих спеціалістів зі збуту, розподіл завдань, прав та відповідальності серед співробітників, створення умов для ефективної роботи, включаючи організацію робочих місць [2, с.91].

Використання механізму управління збутовою діяльністю підприємства дасть можливість здійснювати вплив на господарські процеси підприємства, а також допоможе згрупувати основні функції під час здійснення товароруху продукції, яку виробляє окрема господарююча одиниця, до споживачів [1, с.217. Крім того, можливе створення унікального підходу до реалізації продукції на основі наукового підходу до управління складними економічними процесами, які супроводжують діяльність підприємств.

Для забезпечення ефективної реалізації товарів на ринку підприємство повинне проводити комплекс заходів, які забезпечують фізичний розподіл товарів у ринковому просторі, доведення товарів до споживачів та організацію їх ефективного споживання. Так, стратегія збуту за своєю суттю становить набір правил для прийняття рішень, якими підприємства керуються під час визначення послідовності дій для розширення збуту підприємства на зовнішньому ринку. Завдання тактики збуту полягає у виборі сукупності, послідовності або інтенсивності застосування елементів комплексу маркетингу: товар, ціни, розподіл, збутовий персонал для одержання конкурентних переваг на зовнішньому ринку.

Управління збутовою діяльністю не тільки забезпечує різним бізнес-організаціям комерційний успіх на короткий або довгий строк, але й допомагає підсилити стратегічні конкурентні переваги їх діяльності.

Висновки. У зв'язку зі зростанням конкуренції як на внутрішніх, так і на зовнішніх ринках, важливо, щоб менеджмент підприємства приділяв значну увагу всім аспектам управління збутовою діяльністю, оскільки це впливає на фінансову стійкість підприємства. У ситуації невизначеності ринкових процесів важливо продовжувати комплексно та системно досліджувати проблеми ефективності управління збутовою діяльністю підприємств та їх об'єднань на рівні територіальних та галузевих структур. Для діагностики ефективності системи збуту необхідно провести аналіз показників системи збуту, вивчити чинники, що впливають на відхилення між планованими та фактичними показниками збуту, а також проаналізувати ризики та можливості, що виникають у процесі збуту підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Іваночко Н.В. Особливості формування механізму управління збутовою діяльністю підприємства / Н.В. Іваночко //Глобальні та національні проблеми економіки. Електронне наукове фахове видання. — Випуск 18. — 2017. — С.214-218.
2. Шпилик С. Управління збутовою діяльністю підприємства / С. Шпилик //Галицький економічний вісник. — 2012. — №4(37). — С.88-95.