

УПРАВЛІННЯ ЗБУТОМ

Зінов'єва О.В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

В роботі розглянуто питання щодо управління збутовою діяльністю підприємства в умовах загострення конкуренції на ринках збуту, збільшення витрат, пов'язаних із реалізацією та просуванням товарів, а також підвищення вимог споживачів до якості обслуговування для вітчизняних виробників. Недооцінювання змістовного значення тлумачення економічної категорії «збут» у теорії призводить до нерозуміння важливості значення збутової діяльності в практичній діяльності суб'єктів господарювання.

Незважаючи на непросту економічну ситуацію, є можливість для агресивного органічного зростання для підприємств усіх розмірів. Але захоплення нових часток ринку при забезпеченні й поглибленні існуючих відносин з клієнтами вимагає системного підходу, підкріпленого практичними заходами, які полегшують співпрацю зі споживачем.

Для того, щоб збутова діяльність підприємства була ефективною, необхідно створити таку систему управління, яка б реалізовувала цілі й стратегії збуту, орієнтовані на потреби кінцевого споживача. Управління збутовою діяльністю є складним і багатогранним процесом і вимагає постійного аналізу й удосконалювання.

Основою побудови системи управління збутовою діяльністю є визначення функцій, які забезпечують формування способів управлінського впливу на всіх етапах операцій із забезпечення збуту як процесу.

Оскільки конкурентна боротьба постійно загострюється як на внутрішніх, так і на зовнішніх ринках, менеджментом підприємства повинна приділятися значна увага усім аспектам управління збутовою діяльністю підприємства, оскільки від цього залежатиме його фінансова стійкість.