

## **ЗБУТОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ**

**Тесленко К.Д.**

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

В роботі розглянуто питання збутової діяльності підприємства на зовнішньому ринку.

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 є одним з найважливіших завдань, від ефективності вирішення якого залежить результат діяльності цілого підприємства.

Недооцінювання змістовного значення тлумачення економічної категорії «збут» у теорії призводить до нерозуміння важливості значення збутової діяльності в практичній діяльності суб'єктів господарювання.[1]

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.

Діагностика ефективності системи збуту передбачає розрахунок показників системи збуту, аналіз чинників, що впливають на відхилення планових та фактичних показників збуту, дослідження збутових ризиків і можливостей підприємства.

Згідно з визначенням, яке подає науковець, управління збутовою діяльністю підприємства в умовах ринкової економіки з позиції маркетингу розглядається як процес планування, організації, мотивації і контролю збутової діяльності підприємств, який потрібен для формування та досягнення мети збуту: [2]

- встановити визначальні фактори збуту товарів на підприємстві;
- дослідити організацію збуту виробів підприємства на зовнішніх ринках;
- запропонувати пропозиції щодо покращення збуту кондитерських товарів на зарубіжних ринках. [3]

### **Література:**

1. S. Shpilyk Management of sales activities of the enterprise / S. Shpilyk // Halytsky Economic herald. - 2012. - No. 4 (37). - p.2
2. Provolotskaya, O. M. Management of sales of industrial products in the marketing complex: author's abstract Sciences: special 08.06.01 / O.M.Provolotskaya. - К .: Ukrainian Academy of Foreign Trade, 2003. – p. 20.
3. Bolt, G.J. A practical guide to sales management; Economy, 1991. – p.271