

Економічний та культурний потенціал держави

**РАЦІОНАЛЬНЕ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ЯК
ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ФІРМИ**

Мізіна О.В.,

*к.е.н., доц. кафедри управління
і фінансово-економічної безпеки,
Донецький національний технічний університет
м. Покровськ, Україна*

Первушин Б.В.

*магістрант кафедри управління
і фінансово-економічної безпеки*

Процес функціонування підприємства має низку векторів розвитку, які сприяють формуванню певної поведінки суб'єкту господарювання на галузевому ринку. Одним з чинників ефективності діяльності підприємства є діючий механізм збуту продукції. Процес збуту передбачає послідовність етапів, які, в сукупності, формують засоби продажу та є фактором зростання обсягів продажу продукції, надання послуг. У науковій літературі досить часто ототожнюють поняття «товарообіг», «збут», «продаж», «реалізація товарів», «розповсюдження товарів» тощо. Однак, між цими категоріями є істотні відмінності. Так, процес збуту передбачає забезпечення поставки товару від виробника до споживача, в той час, як реалізація – це лише заключний етап збутового процесу. Аналіз підходів різних авторів до визначення поняття «збут» [11] - [15] дозволяє сформулювати наступне поняття: збут – це система заходів маркетингової діяльності, спрямована на просування, трансфер, реалізацію продукції, товарів; сукупність операцій маркетингової діяльності, пов'язаних з просуванням продукції від виробника до кінцевого споживача.

Процес збуту передбачає виконання ряду функцій, які проілюстровано на рис.1.

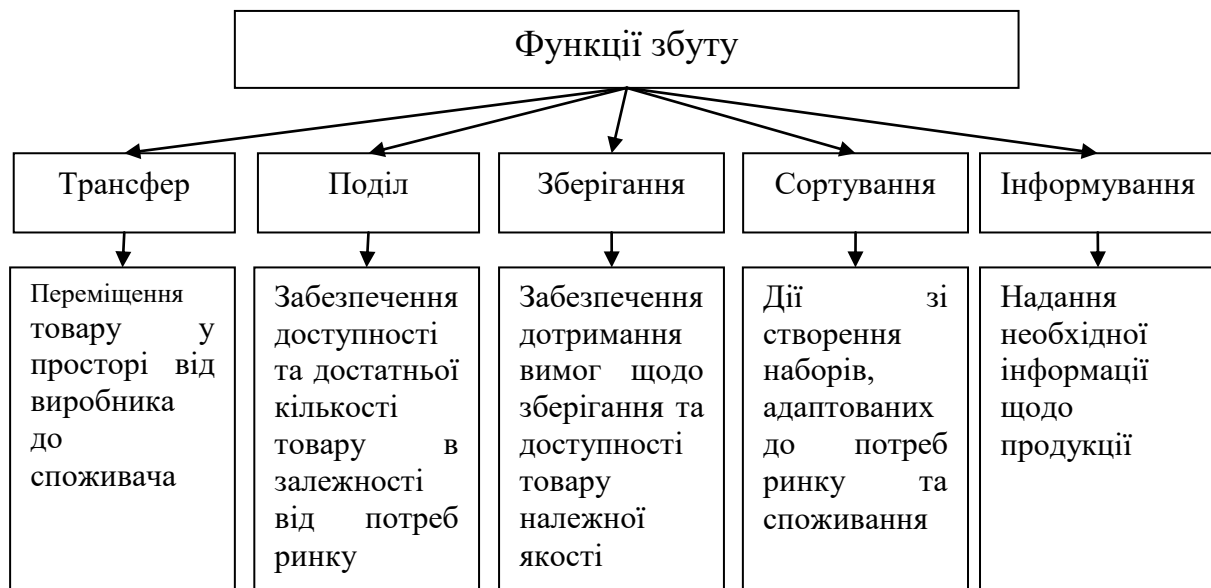


Рисунок 1- Функції збуту

Для повноцінної реалізації функцій збуту необхідна раціонально організована система управління збутовою діяльністю, яка передбачає наявність її основних компонентів, до складу яких входять цілі збутової діяльності, система забезпечення, стратегічна спрямованість, реалізація функцій управління збутовою діяльністю підприємства (планування, організація, мотивація, координація, аналіз, контроль). Концептуальна схема управління збутовою діяльністю підприємства представлена на рис. 2.

Управління збутовою діяльністю необхідною ланкою повинно мати оцінку ефективності збутової стратегії. Така оцінка повинна відбуватися як в сукупності, так й за окремими напрямками, такі як: «фінансові показники та показники економічної ефективності», «оцінка внутрішніх логістичних бізнес-процесів», «якість і розвиток персоналу», «робота з клієнтами». Перший напрям можна оцінити за наступними показниками: частка доходу від стабільних клієнтів за рік, обсяг реалізації на 1 працівника відділу збуту, частка логістичних витрат на збут у загальних витратах підприємства та інші. Оцінка внутрішніх логістичних бізнес-процесів може відбуватися за показниками: частка замовлень, виконаних несвоєчасно (в т. ч. з об'єктивних причин), частка повернень, частка браку з вини виробника та інші.

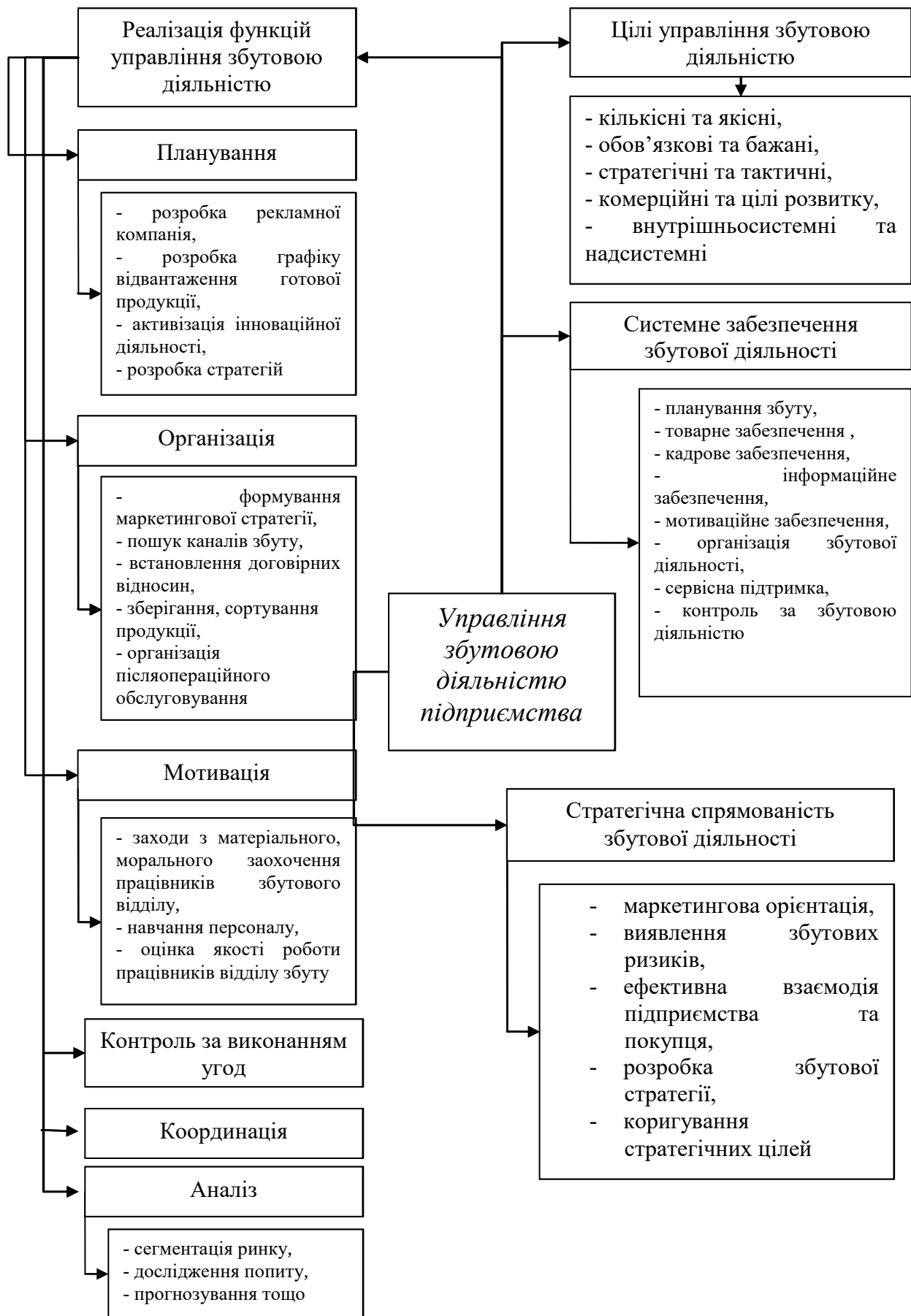


Рисунок 2 - Концептуальна схема управління збутовою діяльністю підприємства

Якість і розвиток персоналу можна оцінити за показниками: частка кваліфікованого персоналу відділу збуту, частка витрат на навчання працівників відділу збуту і т.д. Роботу з клієнтами пропонується оцінювати за показниками: частка стабільних клієнтів, частка залучених клієнтів, швидкість обслуговування клієнтів (кількість своєчасних поставок по відношенню до загальної кількості поставок) та інші.

Крім того, раціональне управління збутовою діяльністю повинно базуватися на вивченні особливостей процесу виробництва та умов функціонування ринку.

Література

1. Балабанова Л.В. Маркетинговий аудит системи збуту / Л.В. Балабанова, А.В. Балабаниць. – К. : Професіонал, 2004. – 224 с.
2. Балабаниць А.В. Збутова діяльність торговельних підприємств в умовах маркетингової орієнтації : автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.02 / А.В. Балабаниць ; Донецький держ. ун-т економіки і торгівлі. – Донецьк, 2000. – 20 с.
3. Болт Г. Дж. Практическое руководство по управлению сбытом [текст]: Пер. с англ./ Научн. ред. Ф. А.Крутиков. – М.: Экономика, 2005. - 271 с.
4. Бутинець Ф.Ф. Теорія бухгалтерського обліку / Ф.Ф. Бутинець. – Житомир : ЖІТІ, 2000. – 640 с.
5. Брух О.О. Теоретичні проблеми збуту продукції сільського господарства // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства ім. П. Василенка: [зб. наук. пр.] / Вип. 112 : Економічні науки. - Х. : ХНТУСГ. - 2011. - С. 140-145.