

УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

Розроблено структурно-логічну модель управління ефективністю збутовою діяльністю на підприємстві, яка включає: формування збутової стратегії; проведення маркетингових досліджень; формування каналів збуту; формування політики продажу та реклами; формування системи обслуговування клієнтів; формування логістики; здійснення моніторингу та аналіз ефективності управління збутом на коригування стратегій на основі отриманих даних.

Ключові слова: збут, збутова діяльність, ефективність.

Abstract

A structural and logical model for managing the effectiveness of sales activities at the enterprise was developed, which includes: formation of a sales strategy; conducting marketing research; formation of sales channels; formation of sales and advertising policy; formation of a customer service system; formation of logistics; implementation of monitoring and analysis of the effectiveness of sales management to adjust strategies based on the received data.

Keywords: sales, sales activity, efficiency.

В умовах ринкової економіки підприємства неперервно стикаються з вимогою удосконалення виробничих процесів та виготовлення конкурентоспроможної продукції. Це вимагає впровадження передових науково-технічних досягнень та інновацій в управлінські процеси. Однак важливо враховувати, що без ефективної збутової політики та результативної збутової діяльності можливий затриманий процес реалізації товарів.

Таким чином, перед розробкою та впровадженням ефективної збутової політики слід провести аналіз та визначення оптимальних методів та організаційних форм, які забезпечать ефективний процес збуту товарів. Це дозволить підприємствам боротися за розширення своєї частки на ринку і отримувати конкурентні переваги. Збут, який є завершальною стадією виробничої діяльності, взаємодіє з іншими галузями, забезпечуючи зворотний зв'язок і сприяючи ринковій орієнтації підприємств. Таким чином, постійна оптимізація та удосконалення системи управління збутом та збутовою діяльністю є наразі актуальною.

Управління збутовою діяльністю на підприємстві — це комплекс заходів та стратегій, спрямованих на оптимізацію всіх етапів життєвого циклу продукції від виробництва до кінцевого споживача з метою максимізації прибутку та задоволення потреб клієнтів. Основні аспекти управління збутом включають: дослідження та аналіз ринкових умов, конкуренції, тенденцій та попиту на продукцію; розроблення стратегій реалізації продукції, визначення цільових аудиторій та каналів збуту; оптимізацію характеристик продукції для відповідності вимогам ринку; встановлення оптимальних цін, які забезпечують конкурентоспроможність і збільшення прибутку; організацію інтегрованих маркетингових кампаній та рекламних заходів для підвищення обігу продукції; вибір та оптимізацію каналів розподілу продукції для максимального охоплення цільової аудиторії; оптимізацію процесів постачання, зберігання та доставки продукції; створення системи обслуговування, яка забезпечує високий рівень задоволення клієнтів; управління мережею постачальників та дистриб'юторів для забезпечення ефективного розподілу; постійний моніторинг та аналіз результатів діяльності для коригування стратегій та досягнення оптимальних показників. Сутність управління збутовою діяльністю полягає в тому, щоб ефективно взаємодіяти з ринком, забезпечуючи максимальну вартість продукції для клієнта і оптимальний рівень прибутку для підприємства.

Для підвищення ефективності управління збутовою діяльністю на підприємстві пропонуємо використовувати структурно-логічну модель управління збутовою діяльністю (рис. 1), яка орієнтована на: формування збутової стратегії на основі визначення цілей, постановки завдань, аналізу конкурентоспроможності підприємства; проведення маркетингових досліджень, а саме збору

інформації про споживчий попит, конкурентів, тенденції на ринку, визначення цільових сегментів та потенційних клієнтів; формування продукту, а саме розроблення та оптимізація продукції відповідно до вимог ринку, встановлення цін та пакування продукції; формування каналів збуту, а саме визначення оптимальних каналів розподілу продукції, укладання контрактів та угод з постачальниками та дистриб'юторами; формування політики продажу та реклами, а саме розроблення стратегії реклами та продажів, організація маркетингових кампаній та просування продукції; формування системи обслуговування клієнтів, а саме створення системи обслуговування та підтримки клієнтів, взаємодії з клієнтами, враховуючи їхні потреби та відгуки; формування логістики, а саме оптимізації логістичних процесів постачання та доставки, контролю за складськими запасами та ланцюгом постачання; здійснення моніторингу та аналіз ефективності управління збутом на коригування стратегій на основі отриманих даних; застосування інформаційних технологій для автоматизації та оптимізації процесів управління збутом; навчання та розвиток персоналу для підвищення їхньої кваліфікації та ефективності у роботі.

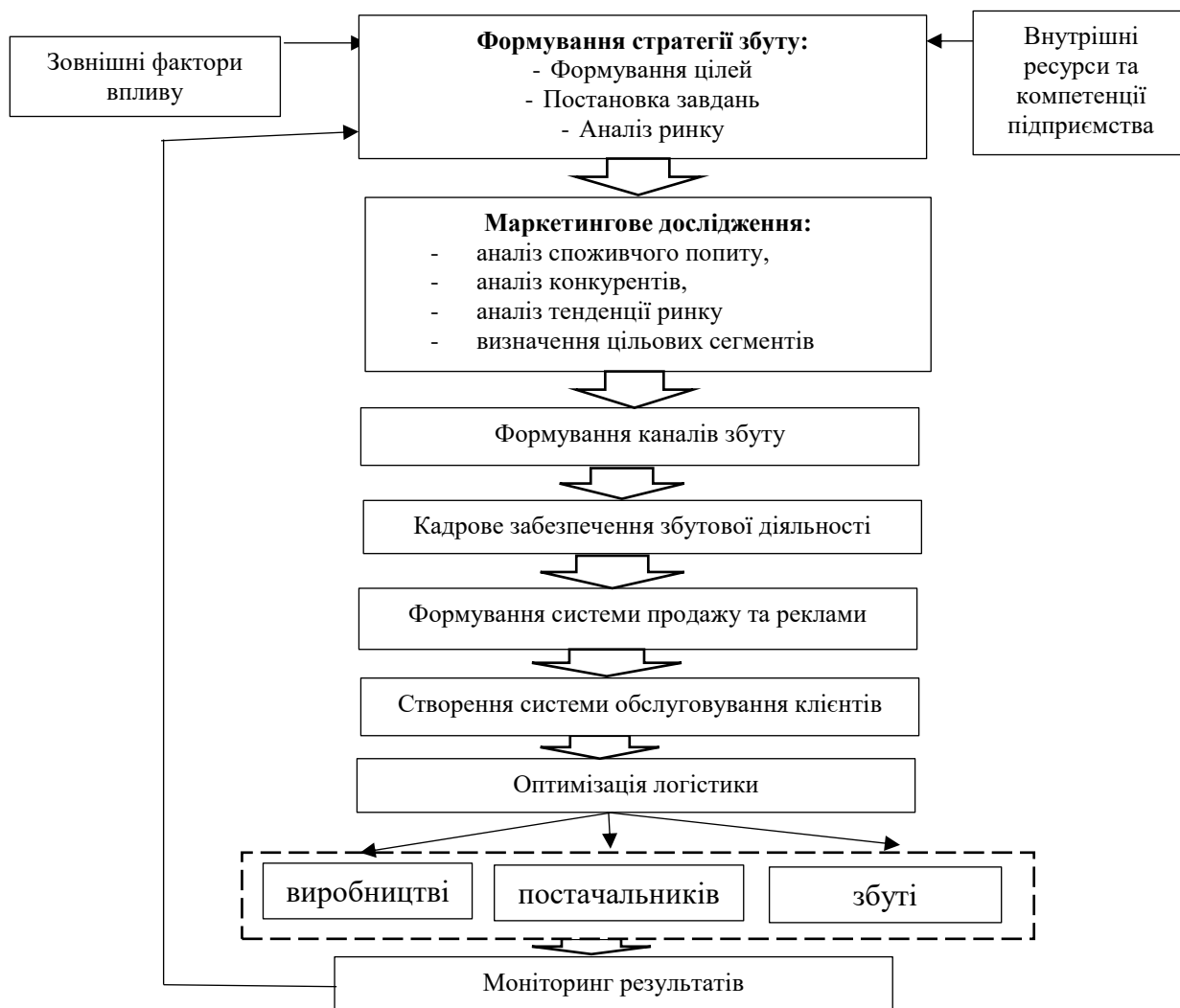


Рис. 1 Структурно-логічна модель управління ефективністю збутової діяльності на підприємстві

Структурно-логічна модель враховує ключові етапи та функції управління збутовою діяльністю на підприємстві, а також взаємозв'язки між ними для досягнення оптимальних результатів.

Висновки

Управління ефективністю збутовою діяльністю на підприємстві є завершальним етапом у виробничій діяльності підприємства і саме використання структурно-логічної моделі управління збутовою діяльністю дасть можливість підприємству розширити ринки збуту, покращити асортимент продукції, збільшити прибуток, забезпечити конкурентоспроможність підприємства, що дозволить підприємству ефективно функціонувати в сучасних динамічних умовах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Мінаєва А. О., Долгальова О. В. Сучасна сутність процесу управління збутовою діяльністю в системі менеджменту підприємства. *Збірник наукових праць Дон НАБА*. 2019 (16). №2. С. 99-105.
2. Шпик С. Управління збутовою діяльністю підприємства. *Галицький економічний вісник*. 2012. №4(37). С. 88-95.
3. Балабанова Л.В., Митрохіна Ю.П. Управління збутовою політикою: навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 240 с.
4. Белінський, П.І. Менеджмент виробництва та операцій: підручник. Київ : Центр навчальної літератури, 2005. 624 с.
5. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій : навч. посібн. Київ : КНЕУ-Видавництво, 2002. 272 с.
6. Хрупович С.Є. Економічне оцінювання та управління збутовою діяльністю підприємств : дис. канд. екон. наук: 08.06.01. Львів, 2005. 202 с.
7. Ямкова О.М. Зміст формування збутової політики виробничих підприємств. *Економіка і управління*. 2012. № 2. С. 52-59.
8. Костакова Л. Д. Основи збутової діяльності підприємства. *Вісник ДонНУЕТ*. 2018. № 1 (68). С. 30-38
9. Глазкова К. О. Проблеми збутової політики сучасних українських підприємств. *Вісник КНУТД Проблеми економіки організацій та управління підприємствами*. 2014. № 3. С. 102-107.

Ратушняк Ольга Георгіївна – к.т.н., доцент кафедри економіка підприємства та виробничого менеджменту Вінницького національного технічного університету, м. Вінниця, e-mail: ogratushnyak@gmail.com.

Сімончук Сергій Володимирович — студент групи 2МПОУ-22м, факультет менеджменту і інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: Serhii.Simonchuk@gmail.com

Ratushniak Olha Georgievna - Ph.D., Associate Professor of the Department of Enterprise Economics and Production Management of the Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: ogratushnyak@gmail.com.

Simonchuk Sergii Volodymyrovych — student of the 2MPOU-22m group, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: Serhii.Simonchuk@gmail.com