

УДК 339

В.П. Драч Н.М. Гарматій

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

ВДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В КОНТЕКСТІ ВИХОДУ НА НОВІ РИНКИ ЗБУТУ

V.P. Drach N.M. Garmatiy

IMPROVEMENT OF DEVELOPMENT STRATEGIES MARKETING ACTIVITIES OF THE ENTERPRISE IN THE CONTEXT OF ENTERING NEW MARKETS

Сьогодні для багатьох підприємств для збереження конкурентоздатності та виходу в лідери у своїй галузі, відіграють важливу роль нові ринки збуту а саме міжнародні. У зв'язку з цим, актуальними є питання якими методами досягнути вдосконалення стратегій розвитку збутової діяльності підприємств.

Із закордонних вчених, в науковій літературі які досліджували питання, формування ефективної системи управління міжнародною збутовою діяльністю підприємств можна назвати: Г.Дж. Болт, Ф. Котлер, Б. Берман, Дж. Сондерс, В. Вонг, А. Кус.

На збутову діяльність виконують вплив як внутрішні так і зовнішні фактори.

Зовнішнього характеру розрізняють такі проблеми:[1]

- ризики проведення валютних операцій які зумовлені нестабільним курсом національної валюти;

- інфляційні тенденції;

- висока конкурентність збоку інших учасників ринку.

Розрізняють наступні проблеми збутової діяльності підприємств:

- слабе вивчення стану ринку, поточного та майбутнього;

- недостатність оборотних коштів, низька забезпеченість фінансовими ресурсами;

- не має стратегічного підходу до збутової діяльності підприємства.

Тобто, управління збутом означає створення системи товароруху, системи, яка забезпечує доставку продукції до місця продажу (споживання) в точно визначений час, з максимально високим рівнем обслуговування покупців, тобто управлінську діяльність з планування, втілення в життя та контролю за фізичним переміщенням продукції від місця її виробництва до місць продажу з метою задоволення потреб споживачів і з вигодою для виробника.[2]

Логістичний підхід забезпечить підприємству – суб'єкту зовнішньоекономічної діяльності вагомі переваги у збутовій системі, які пов'язані з можливістю виявити проблеми своєчасно, та можливість їх запобігти або вирішити з урахуванням змін зовнішнього середовища.

Таким чином, для управління збутовою політикою потрібно найбільш точно і повніше враховувати безперервні процеси взаємодії на різних рівнях оточення підприємства, які визначають як можливості, так і обмеження його діяльності.

Література

1. Терент'єва Н.В. Управління збутовою діяльністю в системі управління підприємством / Н. В. Терент'єва. – 2016. [Електронний ресурс] –Режим доступу до ресурсу: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/2_2016/21.pdf.

2. Балабанова Л.В. Стратегічне маркетингове управління збутом підприємства / Монографія Л.В. Балабанова, Ю.П. Митрохіна; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського. - Донецьк. - 245 с.