

УДК 331.330.341.1

**І.І. Тримбуляк, Н.М. Шведа, к.е.н.**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

## **ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ГОСПОДАРСЬКО-ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИМСТВ**

**I.I. Trymbuliak, N.M. Shveda, PhD (Economics)**

### **MANAGEMENT PECULIARITIES OF ECONOMIC AND SALES ACTIVITY AT UKRAINIAN ENTERPRISES**

Проблема збуту продукції – це актуальна проблема для багатьох українських підприємств. Збутом на підприємствах зазвичай займаються відділи збуту або відділи маркетингу (хоча часто між ними різниця лише по назві, а не по суті). Дуже часто такі підрозділи не займаються (або займаються в незначних обсягах) формуванням асортиментної політики; аналізом, формуванням, та удосконаленням каналів збуту; оцінкою ефективності контрактної політики; розробкою загальної рекламної стратегії та PR-стратегії тощо. Таким чином на підприємствах залишаються неохопленими великі обсяги робіт, що можуть зміцнити стосунки із споживачами, покращити позицію на ринку та підвищити рівень конкурентоспроможності.

Питання налагодження ефективної господарсько-збутової діяльності стоять на порядку денному для багатьох вітчизняних підприємств, зокрема торгівельних, тому що ефективний збут – це не той, коли ви чекаєте, що покупець сам знайде інформацію про вас і вашу продукцію, а потім, можливо, прийде до вас, а той, що йому настільки комфортно з вами працювати, що його конкурент не може переманити ніякими обіцянками і посулами. Саме на налагодження такого типу співпраці має бути направлена ефективна господарсько-збутова діяльність сучасного підприємства, що в кінцевому рахунку приведе до підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства.

На господарсько-збутову діяльність сучасного підприємства впливають як зовнішні (макроекономічні і галузеві) та внутрішні чинники. Зазвичай зовнішні чинники є некерованими або слабо керованими, але ними нехтувати не можна. Внутрішні чинники пов'язані з організацією діяльності підприємства, вони є більш керованими. Проблеми, які створюють внутрішні чинники, можна поділити на функціональні і системні. Функціональні проблеми відображаються в роз'єднанні зусиль різних підрозділів підприємства, а при системних проблемах спостерігаємо відсутність стратегічного і системного підходу до ведення господарсько-збутової діяльності, неналежна увага змінам зовнішнього середовища загалом та ринку зокрема, неготовність до змін зовнішнього оточення, недостатньо налагоджена система інформаційного забезпечення господарсько-збутової діяльності.

Важливим аспектом при налагодженні ефективної системи управління господарсько-збутової діяльності є якість цілевстановлення. Цілі мають бути визначені для стратегічного і тактичного рівнів управління. Цілі можуть носити кількісний і якісний характер, бути обов'язковими і бажаними, по суті бути економічними і цілями розвитку. Проте тут важливим стає не тільки встановлення цілей, а й оцінка рівня їх досягнення. Це дозволить підкоригувати стратегію господарсько-збутової діяльності, а також визначити напрямки вдосконалення підсистем підприємства загалом і збуту зокрема.

Таким чином, ефективне управління господарсько-збутовою діяльністю підприємства веде до високих результатів, кращого становища на ринку та підвищення конкурентоспроможності.