

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Важливу роль при здійсненні господарської діяльності підприємства відіграє забезпечення ефективності збутової діяльності. Актуальність даної проблеми полягає в необхідності постійного підвищення ефективності господарської діяльності та фінансового стану підприємства, що безпосередньо пов'язано з вирішенням проблем та суперечливих питань в системі управління продажами компанії. Для досягнення максимальної ефективності в процесі управління збутом, необхідно створити саме таку систему управління, яка б реалізовувала цілі та стратегії збуту, орієнтовані на потреби кінцевого споживача. Таким чином, управління збутовою діяльністю стає все більш важливим і навіть вирішальним в діяльності підприємств різної форми власності, оскільки кожен учасник ринку прагне досягти максимального прибутку.

Пріоритетною стратегічною альтернативою для підприємства є зростання, що реалізується шляхом значного підвищення рівня короткострокових та довгострокових цілей над рівнем показників попереднього року. Внаслідок чого виникає потреба пошуку та наукового обґрунтування ключових напрямків підвищення ефективності збутової політики підприємства, що має важливе значення з точки зору отримання прибутку та динамічного розвитку і зростання показників діяльності.

Одним з складових вдосконалення збутової діяльності в загальному є вдосконалення управління збутовим персоналом. Здійснити це можливо використовуючи більш ефективні методи мотивації, вдосконалюючи процеси делегування та прискорюючи прийняття відповідних управлінських рішень. Удосконалення механізму управління персоналом спрямоване на усунення бюрократичних бар'єрів управління, збільшення творчого, організаційного, професійного, інтелектуального та людського потенціалу працівників та підвищення їх відповідальності за кінцевий результат.

Удосконалення системи організації збутової діяльності також є одним з способів удосконалення управління збутом. Підприємству доцільно використовувати у своїй діяльності методи продажу через мережу Інтернет, тобто мати свій сайт, де буде наявним повний асортимент продукції та є можливість замовлення у режимі онлайн.

При здійсненні мерчандайзингу виникає необхідність у створенні плану магазину. При цьому важливе значення надається методам, які спонукають покупців рухатись по торговому залу, щоб вони могли зацікавитись більшою кількістю товарів. Раціональне використання площі торгового підприємства означає, що кожен квадратний метр приміщення враховується в операційному процесі і виконує в ньому певну власну функцію. Завдання мерчандайзингу полягає в забезпеченні того, щоб кожен метр площі підприємства працював із максимально можливою віддачею.

Удосконалення системи планування збуту відіграє важливу роль для забезпечення ефективного управління збутовою діяльністю підприємства. На підприємствах нерідко простежуються відхилення від темпів продажу або стратегії. Для виправлення цих недоліків треба більш точно визначити стратегію підприємства, зробити прогнозування обсягу реалізованого товару, визначити частку ринку, що займає підприємство в своїй галузі. Зважаючи на мінливість зовнішнього середовища, посилення конкуренції та коливання попиту, при здійсненні власної діяльності підприємство повинно звертати увагу не лише на оперативне планування і поточний стан справ в компанії, але й на розробку планів щодо його подальшого розвитку. Створення нових стратегій, осмислення шляхів розвитку та їх ефективна реалізація забезпечать довгострокове існування і подальший успіх організації.

Враховання цінової політики є важливим фактором при забезпеченні розвитку збутової діяльності підприємства. У зв'язку з цим, активний розвиток отримують все нові і нові методи вдосконалення ціноутворення. В даний час достатнього поширення є маркетинговий підхід. Інформація, отримана за допомогою проведення маркетингових досліджень, є досить достовірною та актуальною. Інформація, отримана шляхом проведення маркетингових досліджень, дозволяє більш повно і об'єктивно оцінити ефективність ціноутворення на продукцію, глянувши на це з позиції споживача. Ще одним ефективним напрямком удосконалення цінової політики на підприємстві є застосування передових методів планування і прогнозування. Перевагою застосування таких методів є швидкість отримання результатів, можливість передбачити і прорахувати зміну параметрів, різні види представлення результатів (цифровий, табличний, графічний). Для забезпечення ефективної цінової політики підприємство має ефективно застосовувати результати маркетингових досліджень, тобто отриману актуальну інформацію, впроваджувати в процес ціноутворення методів економіко-математичного моделювання та експертних оцінок, та сформувати адекватну та ефективну цінову стратегію і тактику.