

практичної конференції «Сучасні проблеми та перспективи розвитку підприємництва та фінансово-економічного потенціалу регіону»: у 2-х частинах. (м. Запоріжжя, 11 листопада 2016 р.). – Запоріжжя: ЗДІА, 2016. – Ч. 1.– С. 162-164.

4. Гринько Т.В., Андросова І.О. Підходи до впровадження стратегічного планування на торговельних підприємствах. *Проблеми економіки*. № 4 (46), 2020. С. 146-154.

Ткаченко А. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Ефективність діяльності торговельного підприємства багато в чому залежить від результативності збутової діяльності, яка полягає в організації реалізації товарів з метою збільшення доходів та прибутку. Управління збутовою діяльністю виступає складовою частиною загальної стратегії торговельного підприємства. Позицію підприємств на споживчому ринку та ефективність збутової діяльності визначає комплекс факторів, які можна об'єднати в чотири основні групи: цільовий ринок, асортиментна політика, збутовий персонал та маркетингова політика [1, с. 112].

Тенденції формування вітчизняного споживчого ринку підтверджують, що його динаміка формується під впливом комплексу факторів, які включають стан ринкової інфраструктури, велику кількість торгових підприємств і специфіку їх розташування. Безліч торговельних підприємств різних розмірів, складу виконуваних функцій, контингенту обслуговування вимагає їх структурування, виділення факторів ідентифікації останніх і обґрунтування рекомендацій щодо удосконалення їх діяльності.

Важливим завданням виступає визначення ринку збуту товарів аналізованого підприємства, при чому не загального ринку, а тієї його частини, на якій підприємство реалізує власні товари. Необхідно також, визначати частку цільового ринку в загальному обсязі.

До ключових факторів успішності збутової діяльності торговельного підприємства відносять управління товарним асортиментом. Перелік асортиментних груп, глибина, ширина товарного асортименту є важливим чинником вибору торговельного підприємства споживачем, отже є важливим фактором його конкурентоспроможності [2, с. 91]. Крім того, оптимізація товарного асортименту за певними критеріями з урахуванням наявних обмежень прямо впливає на рівень отримуваних доходів та прибутку торговельного підприємства. Формування і реалізація асортиментної концепції, асортиментної стратегії та асортиментної політики націлені на забезпечення стратегічної концепції розвитку торговельного підприємства та враховують споживчий попит [3, с. 49]. В свою чергу формування асортименту, що направлено на реалізацію асортиментної політики, необхідно здійснювати намагаючись досягти максимального задоволення очікувань споживачів (покупців), тобто враховувати вже сформований імідж підприємства [4, с. 279]. Наступним ключовим фактором успішності збутової діяльності підприємства є персонал служби збуту, який забезпечує досягнення поточних і стратегічних цілей управління підприємством.

Ще одним ключовим фактором успішності збутової діяльності торговельного підприємства є ефективна маркетингова політика, яка визначає: місце розташування підприємства; застосування прогресивних методів продаж; гнучкість цінової політики; широта додаткових послуг; дієвість та ефективність рекламних заходів на місці реалізації товарів; ефективність мерчандайзингу.

Отже, ефективність функціонування торговельних підприємств залежить від його збутової діяльності та виваженої збутової політики, а обсяги реалізації в динаміці є індикатором ефективності управління збутовою діяльністю. Сьогодні в конкурентній боротьбі перемагає не тільки той, хто виробляє і продає товари краще і надає додаткові різноманітні супутні послуги, а й той, хто забезпечує краще сервісне обслуговування.

Отже, організація ефективної збутової діяльності потребує оптимізації організаційної структури управління нею на основі забезпечення її відповідності

встановленим цілям поточних планів збуту та збутової стратегії. Реалізацію збутових стратегій слід провадити з урахуванням стратегічних змін у різних аспектах діяльності підприємства.

Раціональну організацію управління збутовою діяльністю та ефективну реалізацію збутових стратегій можна вважати ключовим фактором забезпечення міцної позиції торговельного підприємства на ринку і активізації його ринкової діяльності в жорстких конкурентних умовах [3].

Важливим напрямом підвищення ефективності збутової діяльності можна вважати формування корпоративної культури, що дозволяє формувати корпоративний дух, додержання персоналом правил та цінностей, спрямованих на реалізацію цілей підприємства.

Ще одним важливим напрямом забезпечення ефективності збутової діяльності є облік та контролінг досягнутого стану. Контроль «забезпечує спостереження за збутовою діяльністю і роботою збутових підрозділів з метою виявлення відхилень, під якими слід розуміти здійснення операцій з недотриманням діючих законів, положень, стандартів, наказів посадових осіб, що ведуть до порушення планової, договірної, фінансової і трудової дисципліни» [3].

Отже, ефективність збутової діяльності торговельного підприємства залежить від поєднання низки факторів, які необхідно враховувати як в процесі формування та реалізації стратегії його розвитку, так і в поточному та оперативному управлінні.

Список використаних джерел:

1. Балабанова Л. В., Митрохіна Ю.П. Управління збутовою політикою. Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2011. 240 с.
2. Шпилик С. Управління збутовою діяльністю підприємства. *Галицький економічний вісник*, 2012. № 4(37). С. 88-95.
3. Загородна О.М., Спільник І.В. Діагностування проблемних зон виробничо-збутової діяльності за ключовими індикаторами її оцінки. *Проблеми та перспективи розвитку теорії і практики обліку, контролю, економічного аналізу і статистики: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф.* Тернопіль, 5 грудня 2014 року. Тернопіль: ТНЕУ, 2014. С. 48-50.
4. Гринько Т.В., Гвініашвілі Т.З. Управління торговельними підприємствами: інструменти, моделі, принципи та механізми. *Торгівля та біржова діяльність в Україні: проблеми і стратегії розвитку*. колект. моногр. / за заг. ред. Т. В. Гринько. Дніпро: Біла К. О., 2018. С. 244-320.