

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ В УМОВАХ ЗБУТОВОЇ ОРІЄНТАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Студ. Черногор В.Ю.
Центральноукраїнський національний технічний
університет, м. Кропивницький

Для підприємств всіх форм власності, що здійснюють свою господарську діяльність на території України, актуальним сьогодні є питання організації управління, що напряму пов'язуються з характерними особливостями збутової діяльності. Практично можна стверджувати, що підвищення ефективності господарської діяльності та поліпшення фінансового стану підприємств напряму пов'язані з вирішенням проблем та спірних питань в системі управління збутовою діяльністю підприємств.

Предметом дослідження є особливості стратегічного управління організацією в умовах збутової орієнтації її діяльності. Метою є визначення сутності поняття «збутова діяльність» та «управління збутовою діяльністю», дослідження системи та проблем управління збутовою діяльністю промислового підприємства, визначення місця управління збутовою діяльністю в системі управління підприємством.

Поняття «збут» можна розглядати як в широкому, так й вузькому значенні. В широкому розумінні це поняття означає складний процес, що охоплює всі операції, починаючи з виходу виробу за межі підприємства-виробника та закінчуючи передаванням товару покупцеві. Вузьке трактування збуту обіймає лише фінальну фазу – безпосереднє спілкування продавця й покупця. Таким чином, збут у широкому розумінні – процес організації транспортування, складування, підтримки запасів, доробки, просування до оптових і роздрібних торговельних ланок, передпродажної підготовки, упакування й реалізації товарів з метою задоволення потреб покупців і отримання на цій основі прибутку. Збут у вузькому значенні (продаж, реалізація) – процес безпосереднього спілкування продавця й покупця, що спрямований на отримання прибутку і потребує знань, навичок і певного рівня торговельної компетенції.

Проаналізувавши праці вчених-економістів, можемо сказати, що в науковій літературі існують різні погляди на поняття «збутова діяльність» і «збут». Одні автори вживають ці поняття та трактують їх як синоніми, інші зосереджують увагу на відмінностях категорій. Наприклад, одна з точок зору Бурцев ототожнює ці поняття і визначає збутову діяльність як сукупність дій, що виконуються з того моменту, коли продукт в тій формі, в якій його буде використано, надходить до комерційного підприємства чи кінцевого виробника, й до того моменту, коли споживач купує його.

Збутова діяльність промислового підприємства припускає пряму залежність від зовнішнього середовища. Не можна не враховувати економічну та політичну стійкість країни, стабільність законодавчої бази, соціальну сферу, а також учасників ринкових відносин. Крім цього, важливим критерієм ефективності діяльності підприємства вважається його внутрішнє середовище

Всі організаційні рішення по збутовій політиці фірми повинні бути прийняті лише тільки після глибокого аналізу існуючої ситуації і повинні бути націлені на виконання конкретних завдань підприємства, як одержання максимального прибутку або завоювання найбільшої частки ринку.

Фактори, що впливають на рентабельність виробництва, численні і різноманітні. Одні з них залежать від діяльності конкретних колективів, інші пов'язані з технологією і організацією виробництва, ефективності використання виробничих ресурсів, впровадженням досягнень науково-технічного прогресу.

Тому вони обов'язкові при проведенні порівняльного аналізу й оцінки фінансового стану підприємства. При аналізі виробництва показники збуту використовуються як інструмент інвестиційної політики і ціноутворення.

Таким чином, нами встановлено, що збутова діяльність промислових підприємств займає провідне місце в системі управління, зокрема має мету, підпорядковану управлінню стратегічним розвитком підприємства, спрямовану на формування системи забезпечення, врахування галузевих особливостей, проблем внутрішнього та зовнішнього характеру. Використання науково обґрунтованих підходів до управління збутовою діяльністю промислових підприємств дозволяє керівникам приймати ефективні дієві рішення.

Власне збутова мережа зорієнтована виключно на реалізацію продукції свого підприємства відповідно до здійснюваної стратегії. Таким чином підприємство безпосередньо контролює хід реалізації своєї стратегії на ринку. Крім того, така система збуту дозволяє підприємству підтримувати прямий контакт із споживачами продукції.

УДК 65.01

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ В УМОВАХ "ОРГАНІЗАЦІЙНИХ МЕТАФОР": ПОРІВНЯННЯ ПІДХОДУ Л. ГРЕЙНЕРА ТА КОНЦЕПЦІЇ НАДЛЕРА І ТУШМАНА

Студ. Пархоменко А.С.

Центральноукраїнський національний технічний
університет, м. Кропивницький

Зміни – питання, які торкаються всіх організацій. На думку американських професорів Д. Коттера і Л. Шлезинжера, більшість компаній і фірм повинні проводити помірну реорганізацію один раз на рік, а докорінну – кожні чотири або п'ять років. Зміни всередині організації проходять як реакція на зміни у зовнішньому середовищі. Керівники всіх рівнів управління повинні своєчасно реагувати на зміни, але ефект змін і форма реакції на різних рівнях трапляються різні [2].

Зміни в організації передбачають зміну однієї або більше внутрішніх перемінних в цілях організації, структурі, задачах, технології і людському факторі. Зміна цілей для успішних організацій теж необхідна, тому що поточні цілі вже досягнуті. Структурні зміни – одна із розповсюджених форм змін в організації. Вони необхідні, коли проходять значні зміни в цілях і стратегії, які суттєво впливають на людську компоненту, що є причинами опору таким перемінам.

Зміни в технології і задачах приводять до зміни процесу і графіка виконання задач, впровадженню нового устаткування і методів роботи, зміни нормативів і самого характеру роботи.

Складнощі, які викликані зміною деяких перемінних, є однією із самих складних задач управлінського персоналу, але одним із престижних завдань керівника.

Американський вчений Л. Грейнер розробив модель процесу успішного управління організаційними змінами, яка складається з шести етапів [1].

Етап 1. Тиск і спонукання. Першим кроком управлінської діяльності керівництва повинно бути усвідомлення необхідності змін, готування до їх проведення. Цей тиск може здійснюватися зовнішніми факторами (зростаюча конкуренція, зміни в економіці, поява нових законів або постанов уряду), а також внутрішніми факторами (зниження продуктивності праці, значне зростання витрат, плинність кадрів, конфлікти та скарги в організації).