

УДК 339.9

РОЗРОБКА ЗБУТОВОГО СПІВРОБІТНИЦТВА В УМОВАХ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Бондарчук В.В.

Науковий керівник – доц. каф. «Менеджмент зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності», канд. екон. наук Котова М.В.

В умовах сучасного ринку, для якого характерне посилювання конкуренції, будь-яке підприємство рано чи пізно стикається з проблемою вибору найбільш ефективних каналів збуту продукції, і процесу їх оптимізації. Даному питанню приділяється все більше уваги, оскільки від успішної реалізації продукції залежить стабільна діяльність підприємства. Зрештою, оптимально сформовані канали розподілу і реалізації продукції, підвищують конкурентну стійкість підприємства, сприяють залученню нових споживачів і розширенню впливу на ринку. Тому вибір збутової мережі можна віднести до області стратегічних рішень.

Актуальність даної теми обумовлена тим, що організація і управління збутом готової продукції є одним з найбільш важливих елементів системи взаємодії фірми і споживача як суб'єктів економічних відносин.

Підприємству доступні наступні варіанти розвитку збутової продукції в умовах ЗЕД:

- Прямий експорт продукції на закордонний ринок;
- Франчайзинг;
- Створення спільного підприємства;
- Прямі іноземні інвестиції.

Збут продукції в умовах ЗЕД має свою специфіку і лише комплексний підхід до аналізу напрямків збутового співробітництва в умовах зовнішньоекономічної діяльності, підвищить ефективність роботи підприємства.