

2. ДСТУ 4472:2005. Системи енергетичного менеджменту. Загальні вимоги. – К.: Держспоживстандарт України, 2006. – 20 с.

3. ДСТУ 3755-98. Енергозбереження. Номенклатура показників енергоефективності та порядок їхнього внесення у нормативну документацію. – К.: Державний комітет України з енергозбереження, 1999. – 15 с.

ОРГАНІЗАЦІЯ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Кирчата І.М., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Важливим моментом ефективного управління збутовою діяльністю на підприємствах є активізація як продажу окремих товарів, так і всього збутового процесу. Перехід на ринкову економіку вимагає від підприємств збільшення ефективності виробництва, високої конкурентоспроможності продукції та послуг на основі застосування досягнень науково-технічного прогресу, ефективних форм управління підприємством, подолання безгосподарності, активізації підприємництва, ініціативи і т.п.

Для будь-якого підприємства, що бажає довгостроково та успішно функціонувати, необхідним є пошук шляхів удосконалювання існуючих, створення і застосування нових методів, технічних засобів, технологій і організаційних форм, одночасно з цим повинні створюватися позитивні зміни в асортиментній політиці і структурі збуту, а кожне підприємство потребує налагодженої системи збуту товарів (послуг), а саме злагодженої роботи всіх підрозділів організації, для досягнення максимальної прибутковості підприємства. Збут являє собою систему відносин у сфері товарно-грошового обміну між економічно і юридично вільними суб'єктами ринку збуту, що реалізують свої комерційні потреби. Суб'єктами ринку збуту виступають продавці і покупці, а об'єктом збуту є безпосередньо товар у маркетинговому розумінні цього слова.

У сучасних умовах маркетинг представляє підприємницьку діяльність організації, реалізовану відповідно до принципів маркетингової концепції керування підприємством з метою задоволення потреб замовника. Відзначимо ще раз важливість розходження між збутовою і маркетинговою концепціями. Збутова ґрунтується на принципі «зсередини – назовні», коли вихідним пунктом комерційної діяльності є саме підприємство. Дана концепція акцентує увагу на продукції, що випускається компанією, і вимагає концентрації зусиль з метою активізації збуту для того, щоб продати продукцію з прибутком.

На практиці нерідко маркетинговою вважають агресивну збутову концепцію. У дійсності ці підходи сильно відрізняються один від одного. Збутова концепція припускає концентрацію уваги виробників на продукції: компанія спочатку робить продукцію і лише потім шукає, як її вигідніше продати. Центральне місце тут займає продавець.

Маркетингова концепція акцентує увагу на потребах замовників: компанія спочатку вивчає потреби і побажання замовників і лише потім вибирає відповідний спосіб виробництва і доведення своєї продукції до споживачів. При такому підході компанія прагне збалансувати орієнтацію на замовників і досягнення власних економічних цілей.

ЕКОЛОГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ В МЕХАНІЗМІ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКОЮ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

*Курчата І.М., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

За останнє десятиріччя екологічна діяльність як одна з складових збалансованого розвитку стає все більш економічно виправданою, дозволяючи підприємствам використати пов'язані з нею різноманітні прямі і непрямі переваги і вигоди.

Суть якісних змін, що відбуваються в підходах до розв'язання екологічних проблем, полягає в поступовій відмові від переважання традиційних адміністративно-командних методів управління і переході в основному до сучасних ринкових механізмів екологічного регулювання. Саме екологічний менеджмент є загальновизнаним шляхом практичного розв'язання екологічних проблем, насамперед проблем, пов'язаних з виробництвом і споживанням товарів і послуг. Діяльність в галузі екологічного менеджменту знайшла широкий практичний розвиток в усіх промислово розвинених і багатьох країнах, що розвиваються. З нею пов'язуються найбільш значні досягнення в розв'язанні екологічних проблем промислового виробництва за останні роки. Екологічний менеджмент – це система управління тими видами діяльності, які завдають або потенційно можуть нанести шкоди навколишньому середовищу; це тип управління, принципово орієнтований на формування розвитку екологічного виробництва і екологічної культури життєдіяльності людини, який побудований на соціально-економічному й соціально-психологічному мотивуванні гармонії взаємин людини із природою.

Формування системи екологічного менеджменту починається з розробки, затвердження і публічного декларування підприємством екологічної політики і цілей. Обов'язковою складовою частиною будь-якої системи екологічного менеджменту є незалежна оцінка досягнутих результатів (аудит), періодичний аналіз і перегляд системи менеджменту загалом з участю керівництва підприємства.

Екологічний менеджмент є не стільки виконанням певних формальних вимог, скільки різноманітною активною практичною діяльністю, зрозумілою і доступною для всіх фахівців і персоналу підприємства взагалі. До найважливіших напрямів практичної діяльності в галузі екологічного менеджменту, закріплених в стандартах серії ISO 14000 і ряді інших документів, відносяться: