

СУТНІСТЬ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Для підприємства, яке функціонує у нестійкому ринковому середовищі, велике значення має раціональна організація руху товару або збутова діяльність, основа ціль якої полягає в тому, щоб у повній мірі задовольнити потреби споживачів. Слід відмітити, що збутова діяльність є дуже важливою складовою будь-якого підприємства, адже саме від її ефективності залежить реалізація продукції підприємства в необхідних обсягах, а також дохід підприємства. Саме збутова діяльність охоплює у собі результати всіх попередніх дій підприємства. Варто зазначити, що збутова діяльність являє собою сукупність функцій, які здійснюються безпосередньо протягом усього періоду виробництва продукції, аж до самого продажу продукції споживачеві. Отже, при необхідності швидкого та гнучкого пристосування до ринкових вимог задля забезпечення конкурентної позиції підприємства, саме збутова діяльність впливає на прибутковість підприємства та ефективність його фінансово-економічної діяльності. Відповідно, у сучасних реаліях ринкових відносин, важливими є розуміння сутності збутової діяльності.

Як зазначає Балабанова Л.В., збутова діяльність - це система організації просування продукції, орієнтована на задоволення потреб покупців і одержання прибутку на основі формування попиту і стимулювання збуту. Це певний цілісний процес, який охоплює: планування обсягу реалізації товарів із урахуванням рівня прибутку, що очікується; пошук і обрання найкращого партнера - постачальника (покупця); проведення торгів, включаючи встановлення ціни відповідно до якості товару та інтенсивності попиту; виявлення й активне використання факторів, здатних прискорити збут продукції та збільшити прибуток від реалізації [1].

Один із відомих вчених Бурцев В. В. у своїх працях поняття збутової діяльності трактує таким чином: збутова діяльність являє собою сукупність дій, що виконуються з того моменту, як продукт в тій формі, в якій його буде використано, надходить до комерційного підприємства чи кінцевого виробника, й до того моменту, коли споживач купує його [2].

В основі збутової діяльності лежить безпосередньо збут продукції. Збут необхідно розглядати як одну з найважливіших складових діяльності підприємства на ринку, адже саме збут є кінцевою реалізацією цілей підприємства. Так вчений Міщенко Г. сформулював таке визначення поняття «збут». Збут – це сукупність організаційно-технічних і комерційних заходів для безпосередньої реалізації товарів та послуг на споживчому ринку і просування вже готового товару від виробника до споживача. [3].

Отже, дослідження наукових підходів щодо сутності збутової діяльності дозволило визначити, що сутність збутової діяльності можна розглядати з одної сторони, як процес розподілу та збуту продукції підприємства, задля отримання підприємницького прибутку, а з іншої сторони, як кінцевий етап процесу підприємницької діяльності, метою якої є досягнення якнайбільшого обсягу продажів продукції, задоволення потреб споживачів. та максимального прибутку підприємства. Враховуючи вищезазначене, варто відмітити, що роль збутової діяльності у функціонуванні підприємства є досить вагомою, адже саме в сфері збуту формується оцінка ефективності діяльності підприємства в цілому. Крім того, збутова діяльність суттєво впливає на підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Перелік посилань:

1. Балабанова Л.В. Управління збутовою політикою: навчальний посібник [Текст] / Л.В. Балабанова, П. Митрохіна – К.: ЦУЛ, 2011. – 240с.
2. Багієв, Г. Л., Асаул, А. Н. Організація підприємницької діяльності / Г. Л. Багієв, А. Н. Асаул. - ІЗДАТ-у: Омега-Л, 2009.
3. Міщенко Г. Комерційний маркетинг у бібліотечній сфері. Вісник Книжкової палати. 2002. № 7. С. 23–26.