

Здобувач вищої освіти Тимошенко С.О
Університет митної справи та фінансів

УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ

Управління збутовою діяльністю організації – це найпоширеніша актуальна тема у сфері бізнесу. Ефективне функціонування організації залежить від чітко запланованої маркетингової стратегії в системі збуту. Основні аспекти діяльності організації, для адаптації до ринкових умов, головні напрями, активна робота організації щодо виходу на зовнішні ринки збуту.

Збутова діяльність – це цілісний процес, планування реалізації товарів з урахуванням рівня прибутку, пошук і вибір партнерів, постачальників та покупців, визначення стратегій здатних прискорити збут продукції і збільшити прибуток від реалізації.

Збутова політика організацій базується на стратегіях у галузі збуту, та сукупності тактичних заходів щодо формування попиту, встановлення взаємовідносин із покупцями, ціноутворення, транспортування, сервісу та реклами, спрямованих на реалізацію стратегій і досягнення цілей збутової діяльності організацій.

Основа збутової діяльності організацій полягає у виборі оптимальної схеми доставки продукту від виробника до споживача. Канали збуту вже мають стратегічне рішення, що сумісне з власними цілями організації. Та важливим етапом є вибір каналів дистриб'юторської діяльності.

Дистриб'юторською діяльністю в маркетингу називають комплексну логістична діяльність, що полягає в просуванні продукції від виробників до споживачів, організації розподілу продукції в сегменті, на території, та самої організації продажів.

Особливої уваги в системі управління збутом продукції потребує проблема підвищення ефективності управління в системі загального

менеджменту організацій. Досягнення цілей збуту та реалізація його задач здійснюються за допомогою функцій збуту, які виконують канали розподілу.

Планування збутової діяльності є одним з найважливіших пріоритетів в галузі стратегічного планування розвитку, оскільки результати ефективної організації збутової діяльності чинять прямий вплив на результати діяльності організацій в цілому. До планування відносять такі напрямки, як:

1. розробка та впровадження стратегії розподілу – яка передбачає вибір типу каналу розподілу, визначення ступеня інтенсивності розподілу та структури каналу розподілу;
2. вибір стратегії просування продукції та зосередження зусиль щодо заохочення та стимулювання або на кінцевих споживачах, або на збутових посередниках;
3. забезпечення процесів маркетингу, логістики – які охоплюють реалізацію політики щодо оброблення замовлень, складування та формування товарних запасів, транспортування продукції;
4. мотивація збутового персоналу – яка визначає впровадження принципів управління збутової діяльності.

Саме після того, як організація вирішила займатися збутом продукції, воно повинно обрати стратегію виходу на обраний ринок. Можна зазначити, що найбільш вдалою стратегією для організацій, що тільки починають свою зовнішньоекономічну діяльність або мають намір освоїти новий ринок збуту, виступає експорт – найдешевший і найменш ризиковий спосіб організації зовнішньо-економічної діяльності.

Отже, основними цілями, з якими організації виходять на зовнішні ринки, є максимізація прибутку за рахунок більшого обсягу продажу товарів і послуг на зовнішньому ринку та найбільше забезпечення довгострокового успішного збуту для економічного зростання.

Таким чином, можна зробити висновок, що збутова діяльність організацій займає провідне місце в системі управління, зокрема має мету,

підпорядковану управлінню стратегічним розвитком організацій, спрямовану на формування системи забезпечення. Використання науково обґрунтованих підходів до управління збутовою діяльністю організацій дозволить керівникам приймати ефективні дієві рішення.

Список використаних джерел:

1. Сеншин О.С. Теоретичний аналіз понять «збут» та «збутова діяльність»
2. Глазкова К.О. Проблеми збутової політики сучасних українських підприємств
3. Лагоцька Н.З. Уточнення змісту та актуальні принципи збутової політики збутової політики підприємства
4. Хрупович С.Є. Економічне оцінювання та управління збутовою діяльністю підприємств