

ЗБУТОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні умови господарювання підприємств визначають необхідність удосконалення виробництва та збуту продукції в напрямі адаптації їх до потреб ринку. Підвищення якості аналізу збутової діяльності, забезпечення високого рівня корисності аналітичної інформації в процесі управління досягається шляхом проведення аналізу збутової діяльності відповідно до науково обґрунтованих принципів організації аналітичного процесу, праці виконавців, а також інформаційного, методичного та технічного забезпечення аналізу.

Перед підприємством-виробником завжди постає проблема вибору: здійснювати збут продукції через власну збутову мережу чи звертатися до оптовиків, роздрібних продавців. Таким чином, необхідно вирішити, що вигідніше: прямий збут безпосередньо кінцевим споживачам чи непрямий збут через оптову чи роздрібну торгівлю. Кожен канал збуту має свої переваги і недоліки, а отже, і сфери найкращого використання.

Якщо фірма обирає прямий шлях, то вона заощаджує на товарній націнці, але упускає послуги, пропонувані торгівлею: ціновий ризик, пов'язаний з реалізацією продукції; частина складських операцій, пов'язаних зі збереженням продукції; заміна реклами виробника на більш якісну рекламу торгівлі; додаткові сервісні послуги; полегшення виготовлювачу спеціалізації шляхом самостійного формування асортименту.

Збутова політика (діяльність) підприємства являє собою комплекс заходів, спрямованих на організацію дієвої та результативної збутової мережі з метою підвищення ефективності продажу продукції. Збутова політика має органічно поєднуватись з іншими елементами комплексу маркетингу: ціновою, товарною політикою та політикою просування. На сучасному етапі розвитку теорії маркетингу діяльність щодо реалізації продукції розглядається у двох аспектах. Перший аспект передбачає створення системи заходів з раціонального розподілу і реалізації продукції. За другим аспектом, збутова діяльність розглядається як система заходів з ефективного фізичного переміщення продукції. Правильно організований збут – запорука успіху:

- налагодженою системою визначається кінцевий результат діяльності підприємства, а саме: отримання максимального прибутку;
- правильно організована стратегія збуту до, під час та після купівлі товару має більше шансів для перемоги в конкурентній боротьбі;
- збут продовжує процес виробництва, здійснюючи доопрацювання до продажу(сортування, пакування);
- збут дозволяє виявляти та вивчати потреби споживачів, їх смаки, необхідні послуги.

Отже бізнесова діяльність будь-якого підприємства вимагає одержання прибутку. У цьому питанні основною ланкою на підприємстві є збутова діяльність, як заключний етап в усій діяльності по створенню, виробництву і доведенню до споживачів кінцевої продукції. У зв'язку з чим, саме прибуток підприємства залежить від правильної організації збутової мережі та максимального продажу виготовленої продукції, то вивчення питання про збутову діяльність є актуальним для усіх підприємств і відіграє виключно важливу роль в системі виробничих відносин суспільства.