

Цвяк Сергій Вікторович

студент групи ЕП-38

Науковий керівник:

Горшкова Людмила Олександрівна,

асистент кафедри менеджменту

організацій і адміністрування,

Житомирський державний

технологічний університет,

м. Житомир

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Differentiation of concepts "sale" and "distribution" are analysed in the article, the system selling off is investigational on an enterprise, her influence on the necessities of consumers.

На сьогоднішній день вивчення питання про збутову діяльність є актуальним для всіх підприємств і відіграє важливу роль в системі виробничих відносин суспільства. Важливим завданням у діяльності будь-якого підприємства є організація ефективної системи збуту, яка може забезпечити необхідну конкурентоспроможність в умовах ринкової економіки.

Саме система збуту є центральною на підприємстві. Метою збуту є доведення до споживачів конкретного товару з необхідними споживчими властивостями, в необхідній кількості, в певному місці, з допустимими (мінімальними) витратами.

Поняття “збут” можна розглядати в широкому й вузькому значенні. В широкому розумінні – це поняття означає процес, що охоплює всі операції, починаючи з виходу виробу за межі підприємства-виробника та закінчуючи переданням товару покупцеві. Вузьке трактування збуту обіймає тільки фінальну фазу – безпосереднє спілкування продавця й покупця.

Таким чином, збут у широкому розумінні – процес організації транспортування, складування, підтримки запасів, доробки, просування до оптових і роздрібних торговельних ланок,

передпродажної підготовки, упакування й реалізації товарів з метою задоволення потреб покупців і отримання на цій основі прибутку [1].

Збут у вузькому значенні (продаж, реалізація) – процес безпосереднього спілкування продавця й покупця, спрямований на отримання прибутку і потребує знань, навичок і певного рівня торгової компетенції [1].

У вітчизняній літературі термін “збут” став синонімом поняття “кінцева реалізація продукції”, а діяльність, пов’язана з доставкою продукції, її складуванням, встановленням маршрутів та каналів збуту, дістала назву “розподіл”. Розподіл як явище, у свою чергу, об’єднує регулюючу дію будь-яких заходів, що спрямовані на пересування продукції в просторі та в часі від місця виробництва до місця споживання. Весь процес розподілу відбувається з обов’язковим комунікаційним підкріпленням.

Таким чином, основними функціями збуту, в яких найбільш повно розкривається його сутність (рис. 1).

Головна мета збутової діяльності підприємства, полягає в реалізації економічного інтересу виробника (отримання підприємницького прибутку) на основі задоволення платоспроможного попиту споживачів [2]. Підтримуючи погляди О.Є. Гута додає, що збутова діяльність має циклічний характер та в більшості випадків є безперервним процесом, а налагоджене управління в процесі здійснення збутової діяльності дає змогу підприємству найкращим чином розподілити свої ресурси у сфері обігу для отримання максимального прибутку та задоволення попиту споживачів [3].

Отже, на нашу думку, збут – це система елементів і дій щодо забезпечення ефективного продажу та задоволення потреб покупців. А його ціллю є регулювання об’єму продаж для забезпечення запланованого прибутку організації і забезпечення потреб цільових споживачів.

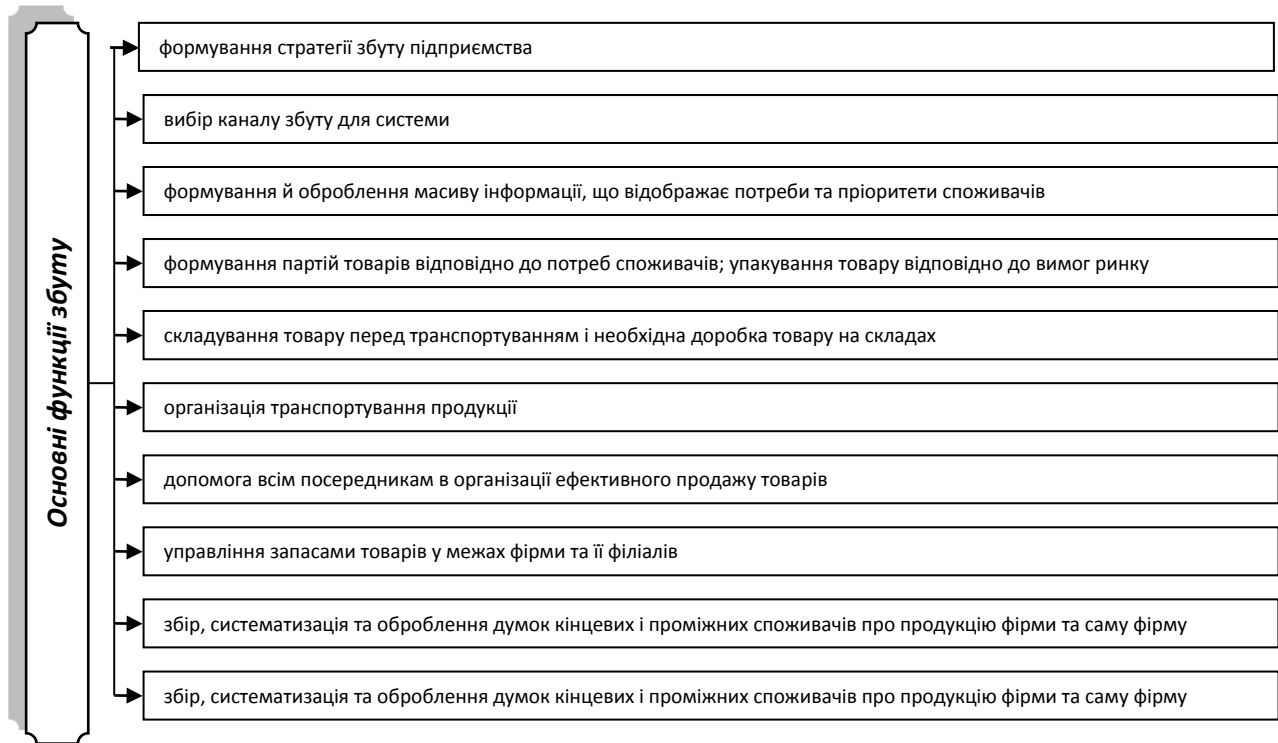


Рис. 1. Основні функції збуту

Список використаних джерел

1. Балабанова Л.В. Маркетинговый аудит системы сбыта [Текст]: монография / Л.В. Балабанова, А.В. Балабаниц. – Донецк: ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2003. – 189 с.
2. Болт Г. Дж. Практическое руководство по управлению сбытом / Г. Дж. Болт. – М.: МТ-Пресс, 2001. – 268 с.
3. Гут О. Є. Основні аспекти програми стимулювання збуту / О.Є. Гут // Академічний огляд. – 2002. – № 1. – С. 112-116.
4. Заволович І.В. «Теоретичні засади збутової діяльності». –Режим доступу: <http://intkonf.org/zavolovich-iv-teoretichni-zasadi-zbutovoyi-diyalnosti/>
5. Каськов. О., Миронюк О. Основи організації збутової діяльності на підприємстві. – Режим доступу: <http://www.stelmaschuk.info/archive-internet-conference/55-conferencia-15-11-2012/384-2012-11-15-19-57-07.html>
6. Курса Р.В. Організація збутової діяльності / Р. В. Курса // Управління розвитком. – 2014. – № 9. – С. 141-144.