

ЗНАЧЕННЯ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Прибутковість діяльності господарюючих суб'єктів залежить від збутової політики та товару, який вони пропонують. Тому для прибуткового існування велика увага топ менеджерів приділяється розробці та реалізації збутової політики залежно від зовнішніх умов. Для цього велику увагу приділяють маркетинговим дослідженням ринку, на якому функціонує підприємство, для вивчення потреб споживачів, асортименту і цін конкурентів, з метою виявлення незадоволених потреб споживачів.

Система управління збутовою діяльністю є заключним етапом діяльності суб'єкта господарювання, оскільки передбачає реалізацію товару (роботи, послуги) споживачу. Характерними рисами зовнішнього середовища функціонування промислових підприємств в Україні є нестабільність ринкового середовища, високий рівень конкуренції, нестабільність економіки, високі вимоги споживачів до якості товарів. Для зміцнення позицій на ринку вітчизняні підприємства постійно вводять у свою діяльність новітні механізми та технології управління збутом. Керівництво збутовою діяльністю господарюючого суб'єкта відіграє ключову роль системі управління в цілому. Мінливість умов функціонування вітчизняних господарюючих суб'єктів потребує застосування всіх можливих методів для стимулювання збуту для прискорення товарообігу та кругообігу капіталу, зростання ринкової вартості підприємства.

За результатом огляду наукових статей узагальнено значення збуту в маркетинговій діяльності суб'єкта господарювання (рис. 1).



Рис. 1 Значення збуту в маркетинговій діяльності суб'єкта господарювання

Джерело: узагальнено автором на основі [1, 2].

Значення збутової політики суб'єкта господарювання полягає в організації безперервного збуту продукції та послуг та у забезпеченні доступності виробленого продукту з метою повернення вкладених фінансових ресурсів у виробництво та маркетинг та отримання прибутку.

Базовими елементами збутової політики суб'єкта господарювання є формування її завдань, зокрема: максимізацію прибутку у поточному періоді та в майбутньому; забезпечення попиту та потреб споживачів; поліпшення фінансових показників діяльності (товарний асортимент і ціни на нього впливають на показники діяльності господарюючого суб'єкта (товарообіг, собівартість, прибуток, рентабельність). Тому важливим є пошук оптимального асортименту на адекватних цін для забезпечення потреб споживачів); забезпечення довгострокової фінансової стійкості та конкурентоспроможності суб'єкта господарювання; створює імідж господарюючого суб'єкта, сприяє його просуванню на ринку.

Розроблення товарної політики здійснює вплив на маркетингово-збутову діяльність господарюючого суб'єкта та на його розвиток в цілому, оскільки передбачає залучення нових спеціалістів і партнерів у сфері бізнесу. Для розробки ефективної товарної політики необхідно на основі проведених маркетингових досліджень сформулювати товарний асортимент, який максимально задовольнить потреби існуючих покупців, а також сприятиме появі нових покупців.

Список використаних джерел:

1. Ключник А.В. Збутова політика та її значення у розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Глобальні та національні проблеми економіки. 2018. Випуск 6. URL: <http://www.globalnational.in.ua/archive/4-2018/87.pdf>.
2. Прокопенко М.В., Сідельнікова В.К. Формування ціново – збутової політики підприємства з використанням елементів «теорії ігор». Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: зб. наук. пр. Харків. нац. автомоб.-дор. ун-т. Харків, 2022. № 1 (28). С. 119–129.