

Кусий С. В., аспірант спец. 073 "Менеджмент",

к.е.н., доц. **Бєлова Т. Г.**

Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна

ОСНОВНІ ФУНКЦІЇ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

В сучасних умовах господарювання основним фактором реалізації діяльності виробничих підприємств є здійснення ефективної діяльності по збуту, її підтримка на всіх етапах реалізації і цілеспрямований розвиток. Існуюча конкуренція веде до зростання витрат по реалізації продукції. Тому важливим є підвищення ефективності функціонування збуту підприємства і його якості з метою постійного вдосконалення.

До основних функцій збуту комерційного спрямування входить прямий продаж товарів виробничим підприємством, здача їх в оренду для взаємовигідного обміну або продажу. Реалізація даних функцій підприємством пов'язане з отриманням економічного змісту від об'єкта продажу і має на увазі зміну форми власності шляхом передачі права на товар іншій стороні і перетворення товарної вартості в грошову. У разі продажу предмета збуту виробниче підприємство передає повну власність, у разі оренди – частково передає право на володіння або користування протягом певного періоду [1, с. 138].

Не менш важливими функціями є маркетингові і юридичні, які відносяться до допоміжних. Маркетингові призначені для виявлення факторів впливу на маркетингову збутову діяльність, проведення досліджень щодо складових товароруху з метою зменшення на нього витрат.

До маркетингових функцій відносяться дві групи: вивчення попиту і просування комунікації. Перша група функцій пов'язана з вивченням потреб, пошуком потенційних споживачів, дослідженням ринків. Друга група відповідає за дієвість реклами, підтримку зв'язків з громадськістю та стимулювання збуту.

Правові функції забезпечують аргументування, визначення об'єкту продажу і оформлення. При цьому забезпечується захист та правовий супровід. До правових функцій відноситься підготовка, ведення процесуальних питань, документування та інші функції, без яких неможливо забезпечити якісні ділові переговори, підписання угод і контрактів, а також відповідальність за їх юридичну обробку та контроль.

До технологічних функцій відносяться доставка і розподіл, а також складування товарів збуту і їх зберігання. Розподіл спрямований на забезпечення переміщення товарів від виробничого підприємства до споживача, при цьому доставлення може здійснюватися і через посередників.

До розподілу відноситься зберігання об'єкту продажу, створення потоків і забезпечення руху товарів. Зберігання предмету продажу передбачає підготовку інвентаризації певною мірою, необхідною для наступних етапів і управління цими запасами при їх зберіганні. Створення товарних потоків включає в себе сортування товарів, збір, упаковку, угруповання, тобто загальну підготовку партій товарів для їх подальшого транспортування, відвантаження відповідно до умов угод або замовлень. Цей процес може здійснюватися безпосередньо виробничим підприємством після закінчення виробничого циклу або посередницькими організаціями шляхом передачі цієї частини роботи на аутсорсинг [2, с.136].

Доставка товарів може здійснюватися аналогічним чином засобами виробничого підприємства, за свій рахунок або користуючись послугами посередників. При цьому перевезення може здійснюватися з використанням різних видів транспорту: автомобільного, залізничного, повітряного, водного і трубопровідного. Особливо актуальним способом перевезення є комбіноване використання різних видів транспорту. Використання комбінованих перевезень допомагає оптимізувати процес доставки, а також може значно заощадити кошти.

Ще однією технологічною особливістю є упаковка продуктів, яка забезпечує захист, цілісність продукту і його тривале зберігання, носить

рекламний характер і являє додаткову споживчу цінність. Допоміжні функції технологічного характеру дозволяють надати продукту привабливий зовнішній вигляд, провести кадрове забезпечення при необхідності для передпродажної підготовки. Для того, щоб підвищити цінність товару і його економічний зміст, використовуються передпродажні та післяпродажні послуги.

Наведені функції складування-зберігання і доставки-розподілу формують основну логістику складування. Серед інших функцій, які є не менш важливими для збутової діяльності, можна виділити кадрову, матеріально-технічну, фінансову. Управління збутовою діяльністю підприємства забезпечується загальними функціями управління, а саме функціями планування, організації, контролю та індивідуального маркетингу.

Таким чином, збутова діяльність підприємства являє собою процес просування продукції на ринок з метою продажу споживачам для її подальшого використання. В сучасних умовах функціонування виробничих підприємств, коли на ринку спостерігається невизначеність і підвищений рівень ризику, використання інструментів стратегічного маркетингу в управлінні збутовою діяльністю є необхідним напрямом для успішного розвитку підприємства.

Література:

1. Кулик В. А. Логістичний менеджмент: Навч. посібн. / В. А. Кулик, М. Ю. Григорак, Л. В. Костюченко. – К.: Логос, 2013. – 268 с.
2. Секерин В. Д. Логистика: учебное пособие / В. Д. Секерин. – М.: КНОРУС, 2016. – 240 с.