

**ОРГАНІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ****І. Іваніцький, к. е. н.**

ORCID ID: 0000-0001-8857-257X

*Львівський національний університет природокористування***Ю. Іваніцький, аспірант**

ORCID ID: 0009-0004-0789-2774

*Національний університет «Львівська політехніка»*<https://doi.org/10.31734/economics2024.31.021>**Іваніцький І., Іваніцький Ю. Організація управління збутовою діяльністю підприємств**

Досліджено, що однією з умов ефективного функціонування підприємства є організація збутової діяльності виробленої продукції, яка орієнтована на задоволення потреб споживачів. Проблеми управління збутовою діяльністю підприємств у сучасних умовах господарювання та пошук оптимальних шляхів і стратегій виходу на ринки збуту приводять до формування організаційної структури – системи управління збутовою діяльністю.

Зауважено, що проблема організації збуту на підприємстві в сьогоденних умовах залишається актуальною та потребує певних досліджень у розробленні шляхів підвищення ефективності збуту вітчизняних підприємств. Досконала організація управління збутовою діяльністю і своєчасне впровадження прогресивних збутових стратегій можуть забезпечити підприємству стійкі позиції на ринку. Організація структури управління збутом підприємства – це сукупність підрозділів – управлінських і виробничих, які організовують і здійснюють збутові операції з доведення готової продукції споживачам відповідно до їхніх вимог.

Збутову систему підприємства можна характеризувати як одну з головних підсистем його функціонування, котра безпосередньо позначається на результатах діяльності.

Наголошено, що основна мета сфери обігу полягає в задоволенні потреб споживачів у товарах та послугах і визначається їх обсягом і структурою реалізації.

Досліджено, що система збуту є одним із факторів конкурентоспроможності продукції. Відповідно до цього, формування правильної збутової стратегії – важливий напрям діяльності підприємства. Тому важливим напрямком дослідження збутової діяльності є не тільки розробка, а й впровадження стратегії через організацію збутової діяльності.

Запропоновано розглядати збут як важливий чинник підвищення ефективності діяльності підприємства. Орієнтація збутової діяльності на задоволення попиту споживачів вимагає вдосконалення процесів взаємодії з клієнтами, враховуючи ситуацію на ринку, а також покращання організаційного забезпечення збутових процесів підприємства.

**Ключові слова:** збут, збутова діяльність, управління збутом, організація збутової діяльності.

**Ivanitskyi I., Ivanitskyi Yu. Organization of the management of enterprise sales activities**

One of the conditions for the effective functioning of an enterprise is the organization of sales activities for the produced goods, aimed at satisfying consumer needs. The challenges of managing enterprises' sales activities in the current economic conditions and the search for optimal ways and strategies to enter sales markets lead to the formation of an organizational structure – a sales management system.

The problem of organizing sales activities in the current conditions remains relevant and requires further research in developing ways to increase the efficiency of sales of domestic enterprises. Effective organization of sales management and timely implementation of progressive sales strategies can ensure stable market positions for an enterprise. The organizational structure of sales management in an enterprise is a combination of management and production units that organize and carry out a complex of sales operations to deliver finished products to consumers according to their requirements.

The sales system of an enterprise can be considered one of the main subsystems of its functioning, directly impacting performance results.

The main goal of the sales sphere is to satisfy consumer needs for goods and services, characterized by their volume and structure of realization.

The sales system is one of the factors of product competitiveness. Accordingly, the enterprise needs to formulate a proper sales strategy. Therefore, an important direction in the research of sales activities is both the development and implementation of the strategy through the organization of sales activities.

Sales should be regarded as a crucial factor in increasing the efficiency of an enterprise's activities. The orientation of sales activities towards meeting consumer demand requires improving processes of interaction with clients, considering the market situation, and enhancing the organizational support of the enterprise's sales processes.

**Keywords:** sales, sales activities, sales management, organization of sales activities.

**Постановка проблеми.** Одна з умов ефективної господарської діяльності та функціонування підприємства – організація збутової діяльності виробленої продукції, яка орієнтована на задоволення потреб споживачів. Проблеми управління збутовою діяльністю підприємств у сучасних умовах господарювання та пошук оптимальних шляхів і стратегій виходу на ринки збуту зумовлюють формування організаційної структури – системи управління збутовою діяльністю. Збутова діяльність підприємств – складний процес, що пов'язано з ризиками невизначеності, як у країні, так і у світі, та змінами конкурентного середовища. Усе це робить актуальними дослідження в обґрунтуванні підходів до управління та організації збутовою діяльністю підприємств.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання ефективної організації збутової діяльності підприємства розглядали чимало вітчизняних учених-економістів. Так, особливості збутової діяльності підприємств досліджували Й. Завадський, Т. Примак, З. Шершньова, Л. Балабанова, С. Гаркавенко, В. Онищенко та інші. Варто зауважити, що проблема організації збутової діяльності підприємства сьогодні досі актуальна та виникає потреба в подальших дослідженнях у розробленні шляхів, які сприяли б збільшенню ефективності збуту підприємств. Досконало організація управління збутовою діяльністю і своєчасне впровадження прогресивних збутових стратегій можуть забезпечити підприємству стійкі позиції на ринку.

**Постановка завдання.** Наше завдання – визначити особливості управління збутовою діяльністю підприємств, а також впливу стратегії збутової діяльності, на ефективність господарської діяльності підприємства.

Реалії сьогодення, які склалися в економіці, висувають певні вимоги до господарської діяльності підприємств, спрямованих на формування збутової діяльності та стратегії. Організація збутової діяльності має забезпечити вимоги споживачів та сприяти формуванню стратегії просування продукції на ринок. Поєднання цих двох функцій дасть змогу підприємству ефективно закріпитись та функціонувати на ринку. Проблеми управління збутовою діяльністю підприємств в сучасних реаліях господарювання спонукають до пошуку та обґрунтування нових підходів до їх вирішення.

**Виклад основного матеріалу.** У сучасних умовах господарювання збутова діяльність належить до важливих напрямів діяльності підприємства, які впливають на формування та розвиток господарської системи.

Основним фактором ефективного функціонування та діяльності підприємств є процес реалізації

готової продукції. В умовах конкуренції виникає необхідність у плануванні збуту готової продукції, для того щоб перебувати на плаву в конкурентному середовищі. В економічній літературі трактування поняття «збут» та «збутова діяльність» різне: як процес фізичного переміщення товару [1, с. 13]; як процес взаємодії з покупцем [1, с. 15]. Учений П. І. Белінський у своїх працях визначає, що «суть збутової діяльності в узагальненому розумінні полягає в тому, що це є процес просування готової продукції на ринок та отримання підприємницького прибутку» [2, с. 429]. Інші автори ототожнюють поняття «збут» і «збутова діяльність» як однаковий процес. Отже, можна стверджувати, що збут – це комплекс заходів для забезпечення результативного доступу товару до споживачів для задоволення їхніх потреб. Збутова діяльність – це ефективна робота підприємства з формування пропозиції та попиту на продукцію й послуги, спрямована на формування дієвих каналів розподілу і просування товару на ринок.

Метою збутової діяльності підприємства є отримання максимального прибутку з мінімальними витратами для підприємства. Для одержання кращого економічного ефекту від збутової діяльності необхідне створення системи управління збутом, яка була б спрямована на реалізацію цілей і стратегії збуту продукції, та була орієнтована на потреби споживача. Необхідно зауважити, що збутова політика залежить від чинників діяльності підприємства, як внутрішніх та зовнішніх, а її розробці має передувати аналіз та вивчення ринку. Виробничо-збутова діяльність підприємства має бути спрямована на поєднання виробничої, збутової, складської, транспортної діяльності.

В умовах сучасних реалій під час ухвалення стратегічних рішень у системі управління збутовою діяльністю вагомим частиною управління підприємством є організація збутової діяльності. Для ухвалення правильного рішення щодо управління збутовою діяльністю необхідно чітко розуміти можливість збуту будь-якого товару. Система збуту – визначальний чинник ефективної та конкурентної діяльності підприємств. Отже, збутова діяльність підприємства має бути спрямована на якісне задоволення потреб клієнтів, отримуючи при цьому високі результати від здійснення підприємницької діяльності та досягнення поставлених цілей.

Ефективність управління процесом збуту вкрай важлива для підприємства. Від цього залежать досягнення цілей збуту, контроль за процесами збуту продукції, підвищення ефективності збуту та отримання високих результатів в умовах конкуренції. Збутова діяльність підприємства

має бути спрямована на задоволення потреб споживачів та позитивно впливати на умови збереження належного економічного стану та господарську діяльність підприємства. Управління збутовою діяльністю – це процес організації, мотивації, планування, контролю збуту в компанії для встановлення та досягнення цілей збуту [3, с. 212]. Управління збутовою діяльністю має сприяти формуванню попиту на товари та послуги. Воно передбачає вдосконалення методів та форм збуту через узгодження діяльності зі збутом, що дасть змогу підприємству досягати поставлених цілей із реалізації продукції. Основними положеннями в управлінні збутовою діяльністю є: наявність та відповідність продукції потребам споживача; вибір найкращих каналів збуту; інформаційне та кадрове забезпечення збутової діяльності; формування інфраструктури збутової діяльності [4, с. 130]. Основними елементами збуту є форми, системи та канали збуту. Необхідно зауважити, що вибір елементів збуту є складним процесом, а їхнє поєднання в ринкових умовах дає змогу ефективно досягати поставлених планових показників збуту. Отже, враховуючи реалії сьогодення, необхідно детально планувати й управляти збутовою діяльністю, аналізувати діяльність підприємства, що сприятиме прискоренню збуту продукції та збільшенню прибутку від її реалізації.

Основними методами стимулювання збуту продукції є формування попиту серед потенційних споживачів і встановлення тісних контактів із ними на місцях реалізації. Управління збутом – ключовий елемент будь-якого підприємства. Воно не лише забезпечує доступність продуктів чи послуг для клієнтів, а й підтримує конкурентоспроможність організації у довгостроковій перспективі. Важливо зауважити, що поступове збільшення продажів вимагає розробки новітніх ефективних технологій у системі управління збутом. Отже, орієнтація підприємства на потреби ринку та здатність конкурувати в ньому, а також систематична оцінка ефективності управління, дозволяють передбачати та вирішувати потенційні проблеми.

Процес організації збутової діяльності підприємства необхідно розглядати як такий, що складається із двох напрямів:

- 1) забезпечення ефективного використання будь-яких видів ресурсів для одержання економічних результатів від виробничо-збутової діяльності;
- 2) реалізація функцій управління, спрямованих на координацію та контроль збутової діяльності.

Конкурентоспроможність продукції впливає на систему збуту, яку використовує підприємство.

Отже, формування правильної стратегії збуту впливає на просування продукції на ринок. Тому розробка та впровадження стратегії організації збуту є головним чинником дослідження збутової діяльності.

Отже, розробка та реалізація збутової стратегії певною мірою впливають на фінансовий стан компанії, розвиток конкурентоспроможних і результативних стратегічних дій, спрямованих на виконання стратегії для досягнення очікуваних результатів [5]. Вдала стратегія та її правильна реалізація – основні чинники успішної організації збутової діяльності.

Збутова система підприємства безпосередньо позначається на результатах діяльності й, відповідно, її можна назвати однією з головних підсистем його функціонування. Як ключовий чинник покращання економічної діяльності підприємства варто розглядати збутову діяльність. Організація збутової діяльності має бути спрямована на задоволення попиту споживачів та вдосконалення взаємодії із клієнтами, враховуючи ситуацію на ринку. Вона має сприяти покращанню організаційного забезпечення збутової діяльності підприємства. Отже, під збутом варто розуміти сукупність організаційних, технологічних та комерційних заходів для отримання товарів кінцевими споживачами.

Збутовий потенціал підприємства формують інформаційні, матеріальні, маркетингові, управлінські та комунікаційні ресурси. Цей потенціал забезпечує можливість підприємства просувати товар на ринок, реалізовувати та постійно вдосконалювати технології збуту, використовувати інновації збуту з урахуванням факторів маркетингового середовища.

Збутова діяльність передбачає організацію та формування збутових мереж, які охоплюватимуть цільовий ринок, ефективно збуватимуть обсяги продукції, відповідно до виробничих потужностей. Збутова діяльність підприємства формується на основі мети та завдань збуту й має відповідати бізнесовій концепції підприємства. Оскільки купівельна спроможність та вимоги споживачів до продукції постійно змінюються, збутову діяльність треба спрямувати на постійне оновлення та підвищення якісних характеристик продукції.

Одним із факторів конкурентоспроможності продукції є організація системи збуту. А формування правильної та ефективної збутової стратегії – важливий чинник організації збутової діяльності.

**Висновки.** Ефективну систему організації збутової діяльності необхідно формувати з метою покращання економічного розвитку підприємства,

створення передумов для збільшення обсягів збуту і підвищення конкурентоспроможності продукції на ринку.

Збутова діяльність підприємства спрямована на підвищення його ефективності, оскільки саме в цій сфері проявляються всі зусилля щодо збільшення прибутковості. Управління збутом – складний процес, який потребує постійних аналізу та вдосконалення. Отож, основні завдання підприємства – створення ефективної системи управління збутом, проведення системних досліджень ринкової кон'юнктури, планування стратегії розвитку збутової діяльності та формування структури управління збутом.

#### **Бібліографічний список**

1. Балабанова Л. В. Управління збутовою політикою: навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2011. 240 с.
2. Белінський П. І. Менеджмент виробництва та операцій: підручник. Київ: Центр навчальної літератури, 2005. 624 с.
3. Проволоцька О. М. Методичні аспекти збуту промислової продукції. *Економіка: проблеми теорії та практики: збірник наукових праць*. 2003. Вип. 176. Дніпропетровськ: ДНУ, 2003. С. 211–218.
4. Терент'єва Н. В. Принципи та функції управління збутовою діяльністю. *Вісник Запорізького національного університету: збірник наукових праць. Економічні науки*. 2016. № 1 (29). С. 127–138.
5. Камілова С. Р., Яцун Ю. Ю. Управління збутовою діяльністю. URL: <https://jrn1.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/view/337> (дата звернення: 28.05.2024).

*Стаття надійшла 03.06.2024*