

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЙ ЗБУТУ ПІДПРИЄМСТВА

Муштай В.А., к.е.н., доцент; Горян Я.С., магістр.

Істотне місце в системі стратегічного управління, займає стратегія організації каналів товароруку, або збутова стратегія. Призначення стратегії організація оптимальної збутової мережі для ефективних продажів виробленої продукції, включаючи створення мережі оптових і роздрібних магазинів, складів проміжного зберігання, пунктів техобслуговування і виставкових залів, визначення маршрутів руху товару, організація транспортування, робіт з відвантаження і завантаження, інших питань логістики системи збуту, спрямованих на забезпечення ефективності руху товару.

У процесі діяльності, проблема збуту вирішується вже на стадії розробки стратегії підприємства. Мова йде про вибір найбільш ефективної системи, каналів і методів збуту стосовно конкретно визначених ринків. Це означає, що виробництво продукції з самого початку орієнтується на конкретні форми і методи збуту, найбільш сприятливі умови. Тому розробка збутової стратегії має наметі, визначення оптимальних напрямів і засобів, необхідних для забезпечення найбільшої ефективності процесу реалізації товару. Це передбачає обґрунтований вибір організаційних форм і методів збутової діяльності, орієнтованих на досягнення намічених кінцевих результатів.

Розробці збутової стратегії передуює аналіз оцінки ефективності існуючої збутової системи, як в цілому, так і по окремих її елементах, відповідність проведеної фірмою збутової політики конкретним ринковим умовам. Причому весь комплекс факторів, які впливають на розміри збуту, організацію збутової мережі, ефективності реклами та інших засобів стимулювання збуту, правильність вибору ринку, часу і способів виходу на ринок.

Аналіз системи збуту передбачає виявлення ефективності кожного елемента цієї системи, оцінку діяльності збутового апарату. Аналіз витрат обігу передбачає зіставлення фактичних збутових витрат по кожному каналу збуту і виду витрат з показниками плану, з тим, щоб виявити необґрунтовані витрати, усунути втрати, що виникли в процесі руху товару і підвищити рентабельність функціонуючої системи збуту. Організація збуту в господарській діяльності підприємства відіграє дуже важливу роль і в тому сенсі, що здійснює зворотний зв'язок виробництва з ринком, є джерелом інформації та попиту і потреб споживачів. Тому розробка збутової стратегії кладеться в основу логістики, як по кожному конкретному продукту, так і по виробничому відділенню в цілому. Якщо на основі розрахунку виявиться, що витрати з реалізації нового товару надмірно високі й не дозволяють забезпечити певний рівень рентабельності, керівництво виробничим відділенням може прийняти рішення про недоцільність подальшої розробки та впровадження у виробництво даного товару.

Підставою ефективності збутової стратегії є багатоваріантний розрахунок витрат обігу та вибір, на його основі оптимального варіанта за основними напрямками збутової діяльності на цільовому ринку або його сегменті.

Збутова стратегія будується в напрямку одночасного розвитку існуючого ринку і пошуків нових ринків для підприємства, а також підвищення конкурентоспроможності підприємства. Розробка варіантів і вибір кращої стратегії фірми представляє собою процес формування портфеля стратегій

Таким чином, в умовах переорієнтації підприємств до потреб ринку найважливішим питанням є формування політики збуту відносно мінливих вимог споживачів та високого рівня конкуренції. Економічні показники збутової політики впливають на процес функціонування підприємства в цілому, а їх аналіз дозволяє виявити проблеми, що виникають у його діяльності. Для усунення цих проблем необхідним є використання стратегічно спрямованого комплексу заходів щодо формування збутової політики, а також треба застосовувати сучасні моделі і методи вдосконалення етапів організації, планування та контролю за збутовою діяльністю підприємства.

Відомості про авторів:

а) прізвище, ім'я, по батькові: Муштай Валентина Анатоліївна; Горян Яна Сергіївна

б) вчене звання: доцент

в) науковий ступінь: к.е.н.; Магістр з Маркетингу

г) місце роботи: СНАУ, кафедра Статистики, АГД та маркетингу

д) адреса для листування: 40000, м. Суми, вул. Г. Кондрат'єва 160, кафедра Статистики, АГД та маркетингу