

РОЛЬ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Організація збуту продукції та послуг є одним з найважливіших завдань менеджменту, оскільки забезпечує формування доходів підприємства, які, у свою чергу, виступають джерелом фінансування поточних потреб суб'єктів господарювання. Особливості організації збуту визначаються збутовою політикою підприємства.

У найбільш широкому розумінні збутова політика підприємства представляє собою сукупність збутових стратегій (стратегії охоплення ринку, позиціонування товарів та послуг, тощо) та комплексу заходів щодо формування асортименту, цінової політики, щодо просування продукції та послуг, управління дебіторською заборгованістю та процесами реалізації в цілому. Якщо розглядати збутову політику у більш вузькому розумінні, то вона визначає тільки відносини «продавець-покупець», тобто є завершальною фазою руху товару. Збутова політика будь-якого підприємства займає головне місце в маркетинговій діяльності і концентрує у собі результати здійснюваних маркетингових заходів. Отже, сутність збутової політики полягає в організації безперервної і безконфліктної реалізації продукції та послуг підприємства або організації, а також у забезпеченні доступності виробленого продукту з метою повернення вкладених у виробництво і маркетинг засобів та отримання прибутку.

Одним з ключових елементів збутової політики є визначення її завдань. З точки зору забезпечення ефективної діяльності підприємства збутову політику доцільно орієнтувати на:

- максимізацію прибутку підприємницької діяльності у тактичній та стратегічній перспективах;
- забезпечення попиту та потреб споживачів;
- формування стратегічної стійкості та конкурентоспроможності підприємства;
- створення позитивного іміджу та позиціонування підприємства на ринку, тощо.

Практичне втілення завдань збутової політики підприємства здійснюється через сукупність цілей стратегічного та тактичного характеру. До основних цілей збутової політики доцільно віднести наступні:

- визначення ключових потреб споживачів цільового ринку;
- створення та вдосконалення структури каналів розподілу і відповідної системи управління;
- вибір методів збуту та просування за різними групами товарів;
- забезпечення надходження коштів за реалізовану продукцію та виконані послуги.

Збутова політика підприємства реалізується як на стратегічному, так і на тактичному рівнях:

1. Стратегічний рівень передбачає здійснення робіт щодо формування структури та організації каналів збуту (це, насамперед, аналіз ринку, відстежування дій конкурентів та формування прогнозів щодо майбутніх тенденцій у сфері збуту, формування стратегічного бачення щодо побудови системи збуту, підбір типів та видів каналів збуту, формування рекомендацій щодо покращення системи збуту тощо).

2. Тактичний рівень спрямований на організацію поточної роботи підприємства / організації (консультування, оформлення угод, технічне обслуговування угод, касово-розрахункові операції тощо).

Реалізація збутової політики підприємства або організації зводиться до вирішення таких управлінських ситуацій:

- виведення й реалізація на новому ринку нових продуктів;
- виведення й реалізація на існуючому ринку нових продуктів;
- виведення й реалізація на новому ринку існуючих продуктів;
- підтримання продажів існуючих продуктів на існуючому ринку;
- переформатування структури існуючої збутової мережі.

Для забезпечення ефективності збутової політики важливим є дотримання відповідних принципів. Вважаємо, що до принципів формування та реалізації збутової політики доцільно віднести наступні:

– ефективності – витрати на реалізацію будь-яких заходів у сфері збутової політики повинні бути меншими за очікувані результати;

– обґрунтованість – будь-який захід у сфері збутової політики доцільно обґрунтовувати відповідним інформаційним та аналітичним забезпеченням;

– системності та комплексності – усі заходи, що формуються в рамках збутової політики підприємства / організації повинні бути узгоджені та взаємопов'язані із загальною стратегією розвитку підприємства.

Зрозуміло, що наведений перелік принципів не є вичерпним, проте вважаємо, що зазначені принципи є основоположними при формуванні збутової політики підприємства.

Ефективна збутова політика є однією з ключових засад забезпечення ефективності діяльності підприємства в цілому.