

УДК 339.13

Загребельна Тетяна

Zagrebelna Tetjana

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

**ПЛАНУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ЗБУТОВИХ ПРОГРАМ
ПІДПРИЄМСТВА
PLANNING AND IMPLEMENTATION OF ENTERPRISE
APPLICATIONS SALE**

В основі управління збутом товарів промислового призначення лежать ті ж принципи і методи, що і в основі управління іншими видами маркетингової діяльності. Однак, процес планування збуту значно складніший, оскільки керуючому відділом збуту доводиться мати справу з існуючими та потенційними клієнтами, гуртовиками і конкурентами в мінливих ринкових умовах. Доводиться враховувати конфліктні ситуації, які виникають в процесі ділових відносин з представниками ринкового комплексу.

Успіх залежить не тільки від вмілого і рішучого маневрування з метою пристосування до комбінації ринкових сил, але і від сміливих, ініціативних дій, які можуть змінити кон'юнктуру на користь раціоналізатора.

Важливість ролі планування збуту у своїй діяльності почали усвідомлювати з переходом багатьох фірм на принципи маркетингового підходу. Ефективний облік існуючих і прихованих потреб споживачів вимагає ретельного виробничого і календарного планування у багатьох сферах господарської діяльності підприємства. Конкуренція стала більш жорсткою, НТР породила велику кількість товарів зі скороченим життєвим циклом; досконалішими стали системи опрацювання даних. Виникли нові галузі промисловості, товари стали більш складними та технологічно

насиченими. Всі ці фактори сприяють подальшому ускладненню діяльності у сфері збуту, підвищенню рівня витрат та загостренню нестабільності кон'юнктури. У цих ринкових умовах важливим засобом, який допомагає керівникам відділів збуту промислових товарів подолати ці проблеми, є організація внутрішнього планування діяльності підприємства, а саме: розробка більш детальних ситуаційних планів, збір більш повної інформації про тенденції розвитку ринку, більш тісна прив'язка цілей компанії до повсякденної діяльності і перехід до такої організаційної структури, при якій це планування постійно б розглядалось в якості першочергового завдання.

Планування збуту товарів виробничого призначення – процес більш складний і менш точний, ніж планування в сфері збуту споживчих товарів. Це зумовлено вторинністю, парністю та нестійкістю попиту на промислові товари. Оскільки попит на промислові товари похідний від попиту на споживчі товари, він також є нестабільним через зміни поведінки кінцевих споживачів. Для конкретного підприємства ця нестабільність посилюється ще й тим, що значна частка збуту товарів промислового призначення припадає на вузьке коло великих підприємств-споживачів. Розрив зв'язків хоча б з одним із них призводить до різкого зниження обсягу продажу продукції підприємства.

Процес планування збуту промислових товарів слід розглядати як логічну послідовність таких етапів: розробка збутової політики, визначення методики, складання програм і календарних планів. При організації планування збуту промислової продукції необхідно розуміти, що план збуту є складовою частиною генерального плану діяльності фірми, в який включений як самостійний розділ.