

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
ІМЕНІ МИХАЙЛА ТУГАН-БАРАНОВСЬКОГО
ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ І УПРАВЛІННЯ
КАФЕДРА МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ



ШКОЛА
МАРКЕТИНГОВОГО
МЕНЕДЖМЕНТУ

Л. В. Балабанова, Ю. П. Митрохіна

УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ПОЛІТИКОЮ

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК

*Рекомендовано
Міністерством освіти і науки України
як навчальний посібник для студентів
вищих навчальних закладів*

Київ
«Центр учбової літератури»
2011

УДК [005.21:658.8](075.8)
ББК 65.291.3 – 18я73
Б 20

*Гриф надано
Міністерством освіти і науки України
(Лист № 1/11-5153 від 15.06.2010)*

Рецензенти:

Белопольський М. Г. – доктор економічних наук, професор;

Петенко І. В. – доктор економічних наук, професор;

Садков А. А. – доктор економічних наук, професор;

Чернега О. Б. – доктор економічних наук, професор.

Балабанова Л. В., Митрохіна Ю. П.

Б 20 Управління збутовою політикою. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 240 с.

ISBN 978-611-01-0214-8

Навчальний посібник присвячено актуальним теоретичним і методико-прикладним питанням управління збутовою політикою підприємства.

У навчальному посібнику розглянуто теоретичні аспекти формування збутової політики у підприємстві, наведено характеристику збутового потенціалу підприємства як основи забезпечення управління збутовою політикою; висвітлено процес управління збутовою політикою підприємства: планування збутової політики, організацію збутової діяльності, мотивацію в системі управління збутовою політикою і маркетинговий контроль збуту.

Особливу увагу приділено методології аналізу управління збутовою політикою підприємства: STP-маркетингу в управлінні збутовою політикою, діагностиці процесу управління збутовою політикою та оцінюванню ефективності управління збутовою політикою.

Навчальний посібник призначено для студентів, магістрантів, аспірантів, викладачів ВНЗ, наукових працівників, керівників та фахівців підприємств, які цікавляться питаннями управління збутовою політикою підприємства.

УДК [005.21:658.8](075.8)
ББК 65.291.3-18я73

ISBN 978-611-01-0214-8

© Балабанова Л. В., Митрохіна Ю. П., 2011.
© Центр учбової літератури, 2011.

ЗМІСТ

Передмова	7
Частина 1. Збутова політика підприємства в умовах маркетингової орієнтації	9
<i>Розділ 1. АКТУАЛЬНІСТЬ, ПРЕДМЕТ, ЗАВДАННЯ ТА ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ПОЛІТИКОЮ»</i>	9
Навчальні цілі	9
1.1. Актуальність і необхідність вивчення дисципліни «Управління збутовою політикою»	9
1.2. Предмет, мета, завдання та зміст навчальної дисципліни «Управління збутовою політикою»	11
Резюме	13
Контрольні питання	14
Тести для самоконтролю	14
<i>Розділ 2. ЗБУТОВА ПОЛІТИКА В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА</i>	16
Навчальні цілі	16
2.1. Формування збутової політики підприємства	16
2.2. Особливості управління збутовою політикою підприємства в умовах ринкової економіки	27
Резюме	36
Контрольні питання	37
Тести для самоконтролю	37
<i>Розділ 3. ЗБУТОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ОСНОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА</i>	40
Навчальні цілі	40
3.1. Збутовий потенціал підприємства: сутність і характеристика складових	40

3.2. Система забезпечення управління збутовою політикою	46
Резюме	53
Контрольні питання	55
Тести для самоконтролю	55
Частина 2. Процес управління збутовою політикою підприємства	59
<i>Розділ 4. ПЛАНУВАННЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА</i>	59
Навчальні цілі	59
4.1. Процес планування збутової політики підприємства	59
4.2. Маркетингові стратегії управління збутом	64
4.3. Методи прогнозування збуту	88
Резюме	92
Контрольні питання	94
Тести для самоконтролю	95
<i>Розділ 5. ОРГАНІЗАЦІЯ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА</i>	97
Навчальні цілі	97
5.1. Кадрове забезпечення збутової діяльності	97
5.2. Організаційні зміни під час реалізації збутової політики підприємства	106
Резюме	113
Контрольні питання	114
Тести для самоконтролю	115
<i>Розділ 6. МОТИВАЦІЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА</i>	118
Навчальні цілі	118
6.1. Мотивація збутового персоналу підприємства	118
6.2. Стимулювання збуту: сутність і заходи	122

Резюме	123
Контрольні питання	125
Тести для самоконтролю	126

Розділ 7. МАРКЕТИНГОВИЙ КОНТРОЛЬ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА 128

Навчальні цілі	128
7.1. Маркетинговий контроль збуту: сутність і види	128
7.2. Аудит системи управління збутовою політикою підприємства	132
Резюме	141
Контрольні питання	142
Тести для самоконтролю	143

Частина 3. Аналіз управління збутовою політикою підприємства 145

Розділ 8. STP-МАРКЕТИНГ В УПРАВЛІННІ ЗБУТОВОЮ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА. 145

Навчальні цілі	145
8.1. Сегментування ринку	145
8.2. Вибір цільового ринку.	170
8.3. Позичування підприємства на ринку	173
Резюме	181
Контрольні питання	183
Тести для самоконтролю	184

Розділ 9. ДІАГНОСТИКА ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА 186

Навчальні цілі	186
9.1. Діагностика маркетингового планування збутової політики	186
9.2. Діагностика організації збутової політики.	191
9.3. Діагностика маркетингового контролю збутової політики	200
Резюме	202
Контрольні питання	203
Тести для самоконтролю	204

Розділ 10. Оцінка ефективності управління збутовою політикою підприємства	207
Навчальні цілі	207
10.1. Оцінка зовнішньої ефективності управління збутовою політикою підприємства	207
10.2. Оцінка внутрішньої ефективності управління збутовою політикою підприємства	211
Резюме	216
Контрольні питання	217
Тести для самоконтролю	218
Бібліографічний список	221
Показчики	230
Додатки	234

ПЕРЕДМОВА

Менеджери нової формації, які працюють у складних динамічних умовах розвитку ринкових відносин, що характеризуються прискоренням змін у маркетинговому середовищі, євроінтеграційними процесами в економіці України, загостренням конкурентної боротьби за споживача, підвищенням вимог споживачів до товарів та послуг, що реалізуються, усвідомлюють значущість маркетингової поведінки у сфері збуту, яка дозволить підприємствам досягти високої ефективності у довгостроковій перспективі.

У сучасних умовах ринкової економіки далекоглядність, спрямованість на перспективу, прогресивність мислення керівництва стають одними з найважливіших факторів стратегічного успіху підприємств. Перед вітчизняними підприємствами гостро постає проблема формування стійких довгострокових конкурентних переваг у сфері збуту на ринку споживчих товарів і підтримання їх у перспективі за рахунок професійного управління збутовою політикою.

Підприємства, які прагнуть довгострокового успіху, повинні вже сьогодні визначити перспективні орієнтири своєї збутової діяльності, розробити стратегії, які принесуть їм довгострокові конкурентні переваги у сфері збуту в майбутньому, і впровадити їх у свою практичну діяльність найефективнішим способом.

Ринкові умови висувають нові професійні вимоги до працівників торговельних підприємств, що займаються збутом. Насамперед необхідним є вдосконалення організації управління збутовою політикою в торговельних підприємствах при переорієнтації їхньої діяльності на маркетингову концепцію, що обумовлює доцільність оволодіння працівниками знаннями у сфері маркетингу. Керівникам і фахівцям також необхідно вміти чітко оцінювати ринкову ситуацію та її можливі наслідки; здійснювати коригування маркетингових стратегій управління збутом; активно управляти маркетинговими можливостями, що засновані на розробці ефективної збутової політики; вживати заходів щодо контролю збуту та оцінки ефективності управління збутовою політикою підприємства.

Вивчення навчальної дисципліни «Управління збутовою політикою» передбачається навчальним планом підготовки менеджерів для підприємств.

Мета навчальної дисципліни: формування у студентів сучасного наукового світогляду та системи спеціальних знань у сфері управління збутовою політикою підприємства, вироблення вмінь і навичок розробки та реалізації збутової політики у підприємствах з урахуванням стадії їх життєвого циклу.

Вивчення навчальної дисципліни «Управління збутовою політикою» передбачає забезпечення теоретичної, методичної та практичної

підготовки студентів до реалізації збутової політики у торговельному підприємстві за такими напрямками:

- збутова політика в системі маркетингового менеджменту підприємства;
- збутовий потенціал і система забезпечення управління збутовою політикою підприємства;
- процес управління збутовою політикою підприємства: планування збутової політики, маркетингові стратегії управління збутом, методи прогнозування збуту, організація збутової діяльності, кадрове забезпечення збутової діяльності, організаційні зміни при реалізації збутової політики, мотивація в системі управління збутовою політикою, маркетинговий контроль збуту;
- аналіз управління збутовою політикою підприємства: STP-маркетинг в управлінні збутовою політикою підприємства, діагностика процесу управління збутовою політикою підприємства, оцінка ефективності управління збутовою політикою підприємства.

Навчальний посібник підготовлено з урахуванням вимог освітньо-кваліфікаційної характеристики та ОПП з напрямку підготовки 6.030601 «Менеджмент».

Відповідно до мети навчальної дисципліни «Управління збутовою політикою», а також згідно з навчальною програмою дисципліни побудовано зміст навчального посібника «Управління збутовою політикою», що складається з трьох частин і 10 розділів.

Перша частина навчального посібника «Збутова політика підприємства в умовах маркетингової орієнтації» присвячена формуванню і реалізації збутової політики підприємства, збутовому потенціалу та системі забезпечення управління збутовою політикою.

У другій частині «Процес управління збутовою політикою підприємства» наведено характеристику планування в системі управління збутовою політикою, розкрито особливості організації збутової діяльності, мотивації в системі управління збутовою політикою, маркетингового контролю збуту.

У третій частині навчального посібника «Аналіз управління збутовою політикою підприємства» розкрито особливості використання STP-маркетингу в управлінні збутовою політикою підприємства, розкрито зміст діагностики управління збутовою політикою підприємства та оцінки ефективності управління збутовою політикою підприємства.

Робота з даним навчальним посібником ставить за мету забезпечення теоретичної, методичної і практичної підготовки студентів економічних спеціальностей до управління збутовою політикою підприємства.