

## ЗАХОДИ СТИМУЛЮВАННЯ ПРОДАЖУ ТОВАРІВ ПРИ ФОРМУВАННІ ТОВАРНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Тімченко О.Д.

*Харківський державний університет харчування та торгівлі, м. Харків*

Сьогоднішній динамічний розвиток економіки призводить до того, що підприємства та організації вимушені постійно еволюціонувати, щоб не залишитися за бортом прогресу і бізнесу. Абсолютно всі ринки насичені такою мірою, що компаніям доводиться буквально битися за покупців, і це призводить до розуміння виняткової ролі процесу продажу товарів в діяльності підприємства. Продукція або послуга, вироблена підприємством, повинна бути продана: тобто, з урахуванням всіх переваг і побажань клієнтів, і з отриманням найбільшої вигоди. Тому головне завдання будь-якого підприємця - сумістити бажання клієнтів і власні виробничі можливості. У цьому випадку у нього буде можливість довести покупцю незаперечні переваги свого товару, а для того, щоб покращити збутову діяльність підприємства, необхідно спочатку продіагностувати її стан і виявити ефективність функціонування вже існуючої товарної стратегії на підприємстві. Щоб підвищити рівень продажу товарів, необхідно приймати стратегічні заходи, спрямовані на створення більш ефективної збутової політики. Стимулювати - означає «активізувати діяльність», тобто оживити діяльність з метою продажу товарів.

Стимулювання продажу товарів - це використання заходів, розрахованих на швидке реагування ринку у відповідь на пропонування підприємством своєї продукції. По суті, це пряме заохочення споживачів придбати продукти чи послуги підприємства, а для сфери торгівлі - включити ці товари до свого асортименту для наступного їх продажу. Отже, основними заходами стимулювання продажу товарів при формуванні товарної стратегії підприємства повинні бути:

- забезпечення швидкого зростання обсягів збуту продукції підприємства;
- заохочення споживачів спробувати товар або здійснити повторні закупки;
- заохочення системи посередницьких торговельних організацій;
- заохочення працівників підприємства направити зусилля на реалізацію продукції підприємства.

Товарна стратегія відіграє виняткову роль в діяльності підприємства, а стимулювання продажу товарів є однією з найважливіших функцій стратегічного управління. Використання різноманітних засобів та проведення різного роду заходів є саме тими інструментами, які забезпечують ефективну політику реалізації. Саме вона регулює товарну стратегію таким чином, щоб забезпечити максимум задоволення споживачів. Динамічний розвиток економіки призводить до того, що потрібно постійне дослідження та моніторинг даної сфери для забезпечення зростання підприємств і економіки в цілому.