

МЕТОДИ ФОРМУВАННЯ ПОПИТУ І СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ

Студ. Коленова К.О.
Наук. керівник доц. Наумова О.Е.
Українська державна академія залізничного
транспорту, м. Харків

Система формування попиту і стимулювання збуту (ФОПСТИЗ) – це система взаємодії виробника і споживача, що дозволяє вирішити основну функцію маркетингу: функцію просування товару від виробника до споживача і залучення споживача до товару фірми. Розшифровка назви даної функції системи ФОПСТИЗ підтверджує думку О. Генрі, викладену в оповіданні «Королі та капуста»: «Попит створити не можна, але можна створити умови, які викличуть попит».

Основне завдання ФОП полягає у введенні на ринок «товарів ринкової новизни», забезпечення початкових продажів і завоюванні певної частки ринку. За допомогою заходів ФОП (реклама, виставки, ярмарки тощо) у свідомості потенційних покупців формується «образ товару», що грає вирішальну роль в прийнятті рішень про покупку.

Основне завдання СТИЗ – спонукання до подальших покупок даного товару, придбання великих партій, регулярним комерційним зв'язкам з підприємством-продавцем. Звернення спрямовано на споживачів, що добре знають товар і поінформовані про його властивості. Діяльність СТИЗ дуже важлива, оскільки на ринку з'являється товар конкуруючих фірм. Ось в цей час СТИЗ повинен обіцяти покупцеві відчутну вигоду. СТИЗ працює на таких етапах життєвого циклу товару, як зростання і зрілість і дозволяє виробнику не тільки зберегти свою частку ринку, а й розширити її та утримати своїх споживачів. Невипадково, що деякі західні фірми витрачають на ФОПСТИЗ до 15% свого доходу.

Правила ФОПСТИЗ:

- знати товар (його характеристики, властивості, якість, нормативні параметри) – для того, щоб вміти піднести його споживачеві;
- знати споживача (його властивості, потреби, можливості) – для того, щоб вміти задовольнити його потреби й запити;
- знати конкурентів (їх наявність, кількість, можливості) – для того, щоб вміти їх обійти.

Прикладом застосування ФОПСТИЗ при здійсненні вантажних перевезень є зниження витрат в логістичних ланцюгах постачання вантажів на залізничному транспорті. Формування системи тарифних знижок на перевезення вантажів відправними маршрутками в Україні відповідає світовій практиці і дозволяє наблизити тариф до реальної собівартості перевезень. Такий крок з одного боку створює стимул до інвестицій приватних коштів у розвиток інфраструктури та маневрових засобів поїзних шляхів, з іншого дозволить закріпити вантажовідправників за залізничними дорогами і зупинити їх відтік на альтернативні види транспорту.

Прикладом успішного застосування ФОПСТИЗ при здійсненні пасажирських перевезень є впровадження на «Укрзалізниці» у 2013 році електронних квитків на поїзди далекого прямування. Тепер пасажир, що придбав через онлайн-систему booking.uz.gov.ua і самостійно роздрукував квиток, можуть прямувати на посадку в вагон без обміну його у касі. Усі електронні квитки мають статус розрахункового документа (фіскального чека). За повідомленням прес-служби Укрзалізниці обсяги продажів і бронювання залізничних квитків через Інтернет у 2014 році зросли на 22% у порівнянні з минулим роком. З часу впровадження у дію електронних проїзних документів на пасажирські поїзди даною послугою скористувалися більш 1 млн. пасажирів.

Таким чином, система ФОПСТИЗ дозволяє досягти основної мети виробника – отримання прибутку, а споживача – задоволення його потреб і запитів.