

IV етап – навчання та перепідготовка персоналу.

V етап – реалізація стратегії.

VI етап – підтримка орієнтації на споживача.

Висновки. Розробка та реалізація стратегії дозволяє вирішити одну із проблем підвищення ефективності діяльності підприємства, а саме задачу планомірного розвитку організації шляхом переорієнтації керівництва з короткострокових цілей на довгострокові. Як показує досвід роботи багатьох підприємств, виконання стратегічних планів є дуже складним завданням, оскільки безліч окремих заходів і дій повинна бути скоординована таким чином, щоб досягти цілей з найменшими витратами.

Література

1. Старостіна А.О. Маркетингові дослідження. Практичний аспект / Старостіна А.О. – К. ; М. ; СПб. : «Вільямс», 2000. – 268 с.

2. Шутяк Ю.В. Стратегічне управління як необхідна умова підвищення ефективності діяльності підприємства в сучасних умовах господарювання / Ю.В. Шутяк, В.В. Лук'янова // Вісник Технологічного університету Поділля. – 2004. – № 4. – С. 119–121.

3. Центр Експертиз Тест, тест детских колбас, январь 2011 [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://test.org.ua/tests/kids/257>.

4. Галузевий огляд – Харчова та переробна промисловість [Електронний ресурс]. – С. 7–12– Режим доступу : www.erstebank.ua.

Надійшла 14.12.2011; рецензент: д. е. н. Хоменко М. М.

УДК 330.123.3

Л. М. ФЕДАК

Національний університет “Львівська політехніка”

ЗАПАСИ ПІДПРИЄМСТВ: СУТНІСТЬ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ

Розглянуто трактування поняття “запаси” вітчизняними та іноземними науковцями, об'єднано їх у декілька напрямів та уточнено зміст категорії. Досліджено класифікування запасів за низкою класифікаційних ознак, проаналізовано виділення науковцями певних видів та узагальнено погляди на формування класифікацій. На основі аналізування виділено основні класифікаційні ознаки та відповідні різновиди запасів, надано їх коротку характеристику.

We considered the interpretation of the term “stocks” by the domestic and foreign scientists, combined them in several directions and specified the content of the category. We also investigated reserves classification on a chain of classification features, scientists analyzed the allocation of certain types and generalized the views on the formation of classifications. On the basis of the analysis were highlighted the main classification features and appropriate diversities of stocks, given their brief characteristics.

Ключові слова: запаси, класифікація запасів, класифікаційні одиниці, класифікаційні ознаки.

Постановка проблеми. Функціонування підприємств різноманітних видів діяльності та форм власності базується на використанні ресурсів (фінансових, матеріальних, сировинних, технологічних, трудових тощо). Для забезпечення діяльності їх наявність обов'язкова. Проте необхідне забезпечення деякими ресурсами, які не є власністю підприємства, вимагає їх певного накопичення на підприємстві для уникнення ризиків та простоїв. Формування ресурсів на підприємстві для подальшого використання у майбутньому та для забезпечення безперервності процесу діяльності, розуміємо як запаси. Варто зауважити, що у літературних джерелах і у практичному плані запаси трактуються досить неоднозначно. Адже часто поняття запасів ототожнюють із певними їх видами (матеріальними запасами, запасами сировини та матеріалів, матеріальними ресурсами, запасами товарно-матеріальних цінностей або товарно-матеріальними запасами). Це зумовило необхідність ґрунтовного дослідження поняття запасів та їх різновидів.

Аналіз останніх наукових досліджень та публікацій. Дослідження поняття запасів проводиться рядом вітчизняних і зарубіжних авторів (Е.А. Зінь, В.А. Козловський, Э.А. Козловська, Н.Т. Савруков, В.А. Савкович, З.Б. Живко, М.О. Живко, І.Ю. Живко, Г.М. Давидов, Л.П. Кулаковська Ю.В. Піча, Г.В. Нашкерська, Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева, О.В. Посилкіна, Р.В. Сагайдак-Нікітюк, О.В. Доровський, Г.В. Кубасова, В.О. Василенко, Т.І. Ткаченко, С.В. Мочерний тощо).

У Великому тлумачному словнику сучасної української мови запас трактують як “певна кількість чогось, заготовленого заздалегідь; наявність чогось, що нагромаджується протягом певного періоду часу” [1, с. 188].

Трактування науковцями поняття запаси як економічної категорії наведено в таблиці 1.

Класифікацію та виділення певних видів запасів сформували автори: Р.Р. Ларіна, В.Л. Пілюшенко, В.Н. Амітан, Б.А. Анікіна, В.М. Кислий, О.А. Біловодська, О.М. Олефіренко, О.М. Соляник, Т.М. Кача, О.М. Тридід, Т.О. Колодизева, К.М. Таньков, С.О. Огієнко, І.П. Дзьобко, Є.В. Крикавський, В.В. Лукинський, Л.П. Кулаковська, Ю.В. Піча, Г.В. Нашкерська, О.В. Посилкіна, Р.В. Сагайдак-Нікітюк, О.В. Доровський, Г.В. Кубасова, Н.В. Хоменко, О.В. Карпенко, Ю.А. Верига та ін.

Трактування сутності запасів різними авторами

Автори	Визначення сутності запасів
Большой экономический словарь [2, с. 314]	Запаси - матеріали та продукція, складова частина оборотних фондів підприємства, що відображаються в активі балансу (включає сировину, допоміжні матеріали, напівфабрикати, готову продукцію і т.п.), які не використовуються в даний момент у виробництві зберігаються на складах або в інших місцях і призначені для подальшого використання.
Василенко В.О. Ткаченко Т.І. [3, с. 47]	Трактують запаси як "резерви матеріальних ресурсів підприємства".
Давидов Г.М. [4, с. 186]	Запаси – це активи, які: 1) утримуються для подальшого продажу за умов звичайної господарської діяльності; 2) перебувають у процесі виробництва з метою подальшого продажу продукту виробництва; 3) утримуються для споживання під час виробництва продукції, виконання робіт та надання послуг, а також управління підприємством.
Економічна енциклопедія [5, с. 583]	Запаси – наявність відповідних матеріальних ресурсів, до яких належать засоби виробництва, предмети споживання, інші цінності, необхідні для забезпечення розширеного відтворення, обслуговування сфери матеріального виробництва та задоволення потреб населення і ще не використовуються.
Живко З. Б. Живко М.О. Живко І. Ю. [6, с. 121]	Запаси – це ресурси (активи) підприємства, які зберігаються для продажу за умов звичайної господарської діяльності або перебувають у процесі виробництва для такого продажу, або утримуються для споживання у виробничому процесі чи при наданні послуг, а також для управління підприємством (сировина і матеріали, комплектуючі вироби, готова продукція, паливо, будівельні матеріали, товари, малочінні та швидкозношувані предмети тощо).
Зінь Е.А. [7, с. 105]	Запаси – це будь-які ресурси підприємства, що призначені для використання, але тимчасово не використовуються (сировина, матеріали, паливо, обладнання, машини, товари, електроенергія тощо).
Козловський В.А. Козловська Е.А. Савруков Н.Т. [8, с. 95]	Запасом є будь-який ресурс, який використовується для того, щоб задовольнити поточну або майбутню потребу (заготовки та вихідні матеріали, напівфабрикати, що перебувають у виробничому процесі і готові вироби).
Кулаковська Л.П. Піча Ю.В. [9, с. 368]	Запаси – це предмети праці, які: 4) утримуються для подальшого продажу за умов звичайної господарської діяльності; 5) перебувають у процесі виробництва з метою подальшого продажу продукту виробництва; 6) утримуються для споживання під час виробництва продукції, виконання робіт та надання послуг, а також управління підприємством.
Маркс К. [10, с. 156]	Під запасами трактує матеріальні цінності, які знаходяться на складах постачальників у вигляді готової продукції, на проміжних складах та на складах споживачів.
Нашкерська Г.В. [11, с. 208]	Запаси – це оборотні активи підприємства, які використовуються переважно в одному операційному циклі діяльності підприємств або в період до одного року.
Посилкіна О.В. Сагайдак-Нікітюк Р.В. Доровський О.В. Кубасова Г.В. [12, с. 254]	Запаси – це матеріальні ресурси, які знаходяться на різних стадіях виробництва і збуту, тобто це сукупність сировини, основних і допоміжних матеріалів та інших товарів, які очікують входження у процес виробничого споживання, або готової продукції, яка очікує відвантаження споживачу.
Райзберг Б.А. Лозовский Л.Ш. Стародубцева Е.Б. [13, с. 113]	Запаси – матеріальні цінності, оборотні кошти у вигляді сировини, матеріалів, палива, напівфабрикатів, готової продукції, які не використовуються в даний момент у виробництві, що зберігаються на складах або в інших місцях і призначені для наступного використання.
Савкович В.А. [14, с. 8]	Запаси – це все те, на що є попит, але що в даний момент виключено з виробничого або особистого споживання, це всі матеріальні, фінансові, трудові та інші ресурси, які в даний момент не використовуються.

Такі науковці, як Р.Р. Ларіна, В.Л. Пілюшенко, В.Н. Амітан, Б.А. Анікіна, В.М. Кислий, О.А. Біловодська, О.М. Олефіренко, О.М. Соляник, О.М. Тридід, Т.О. Колодизева відзначають, що усі запаси поділяються на виробничі та товарні, які, у свою чергу, поділяються на поточні, підготовчі (буферні), гарантійні (страхові) [15, с. 53–55; 16, с. 117]. Деякі із названих авторів виділяють ще сезонні запаси і перехідні.

С.О. Огієнко і І.П. Дзьобко виділяють три види запасів (товарно-матеріальних) залежно від часового періоду: сировина і матеріали, товари на стадії виготовлення, готова продукція [17, с. 71]. К.М. Таньков, О.М. Тридід, Т.О. Колодизева виділяють три види матеріальних запасів: виробничі, запаси незавершеного виробництва, готову продукцію [18, с. 160]. В цьому випадку матеріальні запаси і товарно-матеріальні запаси розглядаються як тотожні поняття.

С.В. Крикавський класифікує запаси за фазовим і функціональним поділом. За фазовим поділом виділяються запаси у постачанні, що в свою чергу поділяються на: матеріали, сировину, покупні частини; запаси у виробництві: незавершена продукція, напівфабрикати, запаси на робочих місцях; запаси в дистрибуції, які класифікуються на: кінцеву продукцію, замінні частини і повернену продукцію. За функціональним поділом запаси поділяються на: поточні (циклічні), гарантійні, сезонні, спекулятивні, мертві запаси, що наявні у збуті і постачанні, а також виокремлюються запаси у процесі виробництва, запаси в дорозі та запаси агресивного просування на ринок [19, с. 226]. Враховуючи те, що специфіки підприємств відрізняється фази і функції можуть не співпадати.

Існує класифікація запасів, що базується на 2-у класі рахунків бухгалтерського обліку. До низки авторів, що класифікують запаси відповідно до рахунків бухгалтерського обліку відносяться: В.В. Лукинський, Л.П. Кулаковська, Ю.В. Піча, Г.В. Нашкерська. При цьому запаси поділяють на: сировину і основні матеріали, незавершене виробництво, готову продукцію, товари, малоцінні та швидкозношувальні предмети [20, с. 25;]. Деякі із авторів, що спираються на рахунки бухгалтерського обліку виділяють ще молодняк тварин, тварини на відгодівлі, поточні біологічні активи, сільськогосподарську продукцію та продукцію лісового господарства після первинного призначення. Н.М. Ткаченко також подає класифікацію запасів за планом рахунків бухгалтерського обліку, проте паралельно ще пропонує класифікацію запасів за економічним змістом, виділяючи дев'ять класифікаційних ознак: за місцем перебування, наявністю на підприємстві, наявністю на початок та кінець періоду, стосовно до балансу, ступенем ліквідності, обсягом, сферою використання, складом та структурою [21, с. 458–459].

Класифікація запасів О.В. Посилкіної, Р.В. Сагайдак-Нікітюк, О.В. Доровського, Г.В. Кубасової передбачає групування запасів за чотирма класифікаційними ознаками: місцем знаходження, функціями запасів, метою запасів, станом [12, с. 254–255].

Таким чином, в літературних джерелах науковцями не виділено чіткої єдності у виділенні відповідних видів запасів, немає системності у розкритті їх сутності та використанні, в деяких випадках відбувається перетинання (змішування) класифікаційних ознак та одиниць, розглядається класифікація певних видів запасів, відсутня охопленість тощо.

Цілі статті – уточнити сутність та удосконалити класифікацію запасів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналіз позиції авторів стосовно сутності засвідчив, що їх можна об'єднати на декілька груп. Так є перша група авторів (О.В. Посилкіна, Р.В. Сагайдак-Нікітюк, О.В. Доровський, Г.В. Кубасова, В.О. Василенко, Т.І. Ткаченко, С.В. Мочерний) розглядає запаси як матеріальні ресурси, до яких належать засоби виробництва, предмети споживання, тобто сукупність сировини, основних і допоміжних матеріалів та інших товарів, які знаходяться на різних стадіях виробничого процесу та збуту, ще не використовуються (резерви підприємства), служать для розширеного відтворення, обслуговування сфери матеріального, нематеріального виробництва, задоволення потреб населення [5, с. 583–584]. У більшості випадків використовують саме таке трактування поняття, що розкриває його сутність з позиції виробничої логістики. Проте, термін “запаси” ототожнюється із “матеріальними ресурсами” та “товарними запасами”, не розглядаючи інші види ресурсів.

Друга група авторів (Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовський, Е.Б. Стародубцева) трактує запаси як матеріальні цінності, матеріали та продукцію, які у виробництві не використовуються в даний момент і зберігаються на складах, або в інших місцях і призначені для наступного використання [13, с. 112]. До другої групи можна віднести К.Маркса, який трактує запаси як матеріальні цінності, що знаходяться на різних складах [10, с. 156]. Ця група авторів трактує категорію запасів також із виробничої позиції, вказуючи чітко місце перебування запасів (на складах). Це трактування певним чином перекликається із попередньою групою авторів, проте розглядає запаси не як матеріальні ресурси, а як цінності, та дещо звужено розкриває його сутність.

До третьої групи слід віднести авторів (Е.А. Зінь, В.А. Козловський, Э.А. Козловська, Н.Т. Савруков, В.А. Савкович), що розглядають поняття “запаси” як будь-які ресурси, що призначені для використання: це всі матеріальні, фінансові, трудові та інші ресурси, які тимчасово не використовуються [7, с. 105]. Таке визначення стисло характеризує категорію запасів, проте широко окреслює склад ресурсів, які можуть підпадати під цю категорію.

Четверта група авторів (З.Б. Живко, М.О. Живко, І.Ю. Живко, Г.М. Давидов, Л.П. Кулаковська, Ю.В. Піча, Г.В. Нашкерська) вважають запаси активами, які зберігаються для продажу за умов звичайної господарської діяльності, або перебувають у процесі виробництва для такого продажу, що утримуються для перепродажу в майбутньому у звичайних умовах діяльності, перебувають у виробничому процесі для продажу, а також утримуються для споживання [6, с. 121; 11, с. 207–208]. Трактування категорії здійснюється з позиції обліку, проте вказується місце у виробничому процесі, а окремими авторами, окреслюється сфера управління запасами. Таке трактування поняття найбільше розкриває його сутність.

Отже запаси підприємства – це ресурси (активи), ті що в даний момент не використовуються та є власністю підприємства перебуваючи на складах підприємств, на складах постачальників та на складах споживачів, або в інших призначених для цього місцях, утримуються для забезпечення діяльності: виробництва, продажу, перепродажу, а також використовуються для управління підприємством.

Слід зазначити, що запасами підприємства можуть бути сировина, напівфабрикати, деталі, комплектування, матеріали, незавершена продукція, готова продукція тощо. Структура запасів залежить від виду діяльності та відповідної форми власності підприємства. Проте, враховуючи відмінності слід відзначити і те, що є незмінні аспекти.

Дослідження та аналізування наукової літератури [9; 11; 12; 15–22] дає можливість узагальнити і виділити основні класифікаційні ознаки та відповідні види запасів.

Отже, основними класифікаційними ознаками, що можна виділити при поділі запасів є такі: цільове призначення, місце перебування (знаходження), час зберігання на підприємстві, період використання, мета формування, форма власності, структура. Класифікація запасів наведена на рис. 1.



Рис. 1. Узагальнена класифікація видів запасів підприємств

Запаси за функціональним призначенням поділяються на: для реалізації, або іншими словами дистрибуційні та для виробництва (виробничі). Дистрибуційні запаси складаються із готової продукції, що призначена для реалізації та знаходяться на складах виробника, посередника, реалізатора, споживача, або у відведених для цього місцях з метою швидкого реагування на динамічність попиту. Виробничі запаси – це сукупність матеріалів, сировини, деталей, комплектування, напівфабрикатів, незавершеної продукції тощо, що необхідні для забезпечення безперервності виробничого процесу та перебувають, як правило, на складах підприємства різних рівнів, або у підзвітних осіб.

За місцем перебування: у постачальників, посередників, роздрібній торгівлі, дорозі, виробничому процесі, підзвітних осіб, на складах підприємства. Проте, місце перебування запасів не впливає на форму їх власності. Запаси можуть зберігатися не на підприємстві та бути його власністю і навпаки.

За формою власності: власні, запозичені, на утриманні. Власні – це запаси, що перебувають на складах підприємства, на зберіганні в інших організаціях, в дорозі та на які підприємство має відповідні права. Запозичені – це ті запаси, які підприємство отримало для використання та повинно повернути протягом певного періоду. Запаси на зберіганні – це певна кількість ресурсів, що не є власністю підприємства та перебувають на відповідальному зберіганні на складах підприємства та інших призначених для цього місцях.

За часом зберігання на підприємстві: швидколіквідні, тривалого зберігання, нетривалого зберігання. Підприємства індивідуально формують часові проміжки стосовно класифікації запасів відповідно до зберігання. Адаже підприємства харчової промисловоти та машинобудівні підприємства мають відмінні періоди у виготовленні продукції та відмінності в структурі запасів, теж стосується і сфери послуг.

За цілями: поточні, тактичні, стратегічні. Поточні – це запаси, що необхідні підприємствам для забезпечення повсякденної діяльності. Це ті запаси, що необхідні для поточної діяльності. Тактичні – це ті запаси, що забезпечують реалізацію середньострокових планів діяльності. Як правило, тактичні запаси

формується на період до одного року. Стратегічні запаси формує підприємство на період більше одного року.

За метою формування: підготовчі (буферні), резервні (страхові), спекулятивні, рекламні. Підготовчі запаси – це запаси, що знаходяться на додатковій обробці до процесу формування та використання. Резервні запаси забезпечують страхування підприємства від непередбачуваних ситуацій, це та величина запасів, що постійно наявна на підприємстві. Запаси, що формуються з метою отримання додаткового прибутку, або уникнення втрат пов'язаних з підвищенням вартості називаються спекулятивними. Рекламні – це та частина запасів, що формується для ознайомлення; як правило, це частина товарних запасів.

За структурою запаси поділяються на сировину і матеріали, незавершене виробництво, готову продукцію. Сировина і матеріали – це ресурси, що потребують подальшої переробки в цільовий продукт, ресурси первинної обробки, напівфабрикати, різні за складом, структурою, властивостями, формою, призначенням речовини необхідні для виробництва. Незавершене виробництво – це сукупність напівфабрикатів, деталей, комплектування, що перебувають на стадіях переробки в цільовий продукт а також продукція, що не пройшла технічного випробовування. Готова продукція – це продукція, що пройшла всі стадії переробки на даному підприємстві, відповідає усім технічним параметрам та відправлена на склад де очікує реалізації.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Запаси являються невід'ємним елементом функціонування підприємств. Їх оптимальний розмір забезпечує безперервність діяльності та уникнення низки ризиків пов'язаних з відсутністю запасів. Сформоване на основі узагальнення наукової літератури поняття запасів дає уявлення про структуру запасів, а класифікація відображає їх види. Класифікувати запаси можна за численними ознаками. Проте узагальнено сформована класифікація дає уявлення про основні види запасів.

Перспективи подальших досліджень пов'язані із формування детальних класифікацій запасів підприємств відповідних галузей, а також із розробленням класифікацій деяких видів запасів (виробничих, дистрибуційних тощо).

Література

1. Великий тлумачний словник. Сучасна українська мова / за ред. А.П. Загнітко, І.А. Щукіна. – Донецьк : ТОВ ВКФ “БАО”, 2008. – 704 с.
2. Большой экономический словарь / [под. ред. А.Н. Азрилияна]. – [7е изд., доп.]. – М. : Институт новой экономики. 2007. – 1472 с.
3. Василенко В.О. Виробничий (операційний) менеджмент : [навчальний посібник] / О.В. Василенко, І.Т. Ткаченко – К. : ЦУЛ, 2007. – 532 с.
4. Давидов Г.М. Аудит : [підручник] / Г.М. Давидов – К.: Знання 2004. – 511 с.
5. Економічна енциклопедія : у трьох т. / [за ред. С.В. Мочерного]. – Т 1. – К. : Видавничий центр “Академія”, 2000 – 864 с.
6. Живко З.Б. Словник сучасних економічних термінів / Живко З.Б., Живко О.М., Живко І.Ю.– Львів : Край, 2007. – 384 с.
7. Багрій К.Л. Поняття матеріальних запасів підприємства: необхідність їх створення / К.Л. Багрій // Науковий вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. – Чернівці : Книги ХХІ, 2009. – Вип. IV Економічні науки. – С. 104–109.
8. Козловский В.А. Логистический менеджмент / Козловский В.А., Козловская Э.А., Савруков Н.Т. – СПб. : Политехника 1999. – 275 с.
9. Кулаковська Л.П. Організація і методика аудиту : [навч. посіб.] / Л.П. Кулаковська, Ю.В. Піча – К. : Каравела, 2004. – 568 с.
10. Маркс К. Сочинения / К. Маркс, Ф. Энгельс [издание второе]. – М. : Издательство политической литературы – Т. 24 XIV – 690 с.
11. Нашкерська Г.В. Бухгалтерський облік : [навчальний посібник] / Г.В. Нашкерська – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 464 с.
12. Виробнича логістика : [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / Посилкіна О.В., Сагайдак-Нікітюк Р.В., Доровський О.В., Кубасова Г.В. – Х. : НФаУ, 2009 – 364 с.
13. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь / Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. – [2-е изд. исправ.]. – М. : Инфра, 1998. – 479 с.
14. Савкович В.А. Модели управления запасами / [под ред. М.И. Балашевича]. – Мн. : Наука и техника, 1986. – 319 с.
15. Ларина Р.Р. Логистика в управлении организационно-экономическими системами : [монография] / Ларина Р.Р., Пилюшенко В.Л., Амитан В.Н. – Донецк : Изд. ВИК, 2003. – 329 с.
16. Логістика: Теорія та практика : [навч. посібник] / Кислий В.М., Біловодська О.А., Олефіренко О.М., Соляник О.М. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 360 с.
17. Огієнко С.О. Логістика : [конспект лекцій у схемах і таблицях] / С.О. Огієнко, І.П. Дзьобко. – Харків : Вид.ХНЕУ, 2009. – 96с.

18. Таньков К.М. Виробнича логістика : [навчальний посібник] / Таньков К.М., Тридід О.М., Колодизєва Т.О. – [2-е вид. переробл.]. – Х. : ВД “ІНЖЕК”, 2006. – 352 с.
19. Крикавський Є.В. Логістичне управління : [підручник] / Крикавський Є.В. – Львів : Національний університет “Львівська політехніка”, 2005. – 684 с
20. Лукинський В.В. Актуальные проблемы формирования теории управления запасами : [монография] / Лукинський В.В. – СПб. : СПбГИЭУ, 2008. – 213 с.
21. Ткаченко Н.М. Бухгалтерський фінансовий облік , оподаткування і звітність : [підручник] / Ткаченко Н.М. – К. : Алерта, 2006. – 1080 с.
22. Хоменко Н.В. Товарні запаси: проблеми обліку контролю та звітності : [монографія] / Хоменко Н.В., Карпенко О.В, Верига Ю.А. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. – 153 с.

Надійшла 10.12.2011; рецензент: д. е. н. Мельник О. Г.

УДК 368

Н. П. РЯБОКОНЬ

Черкаський державний технологічний університет

ПРЯМІ ТА НЕПРЯМІ КАНАЛИ ЗБУТУ СТРАХОВИХ ПРОДУКТІВ ВІДПОВІДНО ДО ЕТАПІВ ЙОГО ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ

В статті виділено стадії життєвого циклу страхового продукту, обґрунтовано взаємозв'язок між страховими продуктами і системою їх реалізації та сформульовано специфічні риси організації прямих й непрямих продажів.

In the article are selected the stages of the life cycle of the insurance product, is substantiated the correlation between insurance products and their sales system and are formulated the specific traits of the direct and indirect sales organization.

Ключові слова: страховий продукт, канал реалізації, життєвий цикл страхового продукту, прямий продаж страхових продуктів, непрямий продаж страхових продуктів.

Постановка проблеми. Вибір каналів реалізації страхових продуктів та їх співвідношення належить до стратегічних рішень, змінити які в стислі строки неможливо. Саме тому, говорячи про продуктивний ряд страхової компанії слід обов'язково звертати увагу на взаємозв'язок страхових продуктів і каналів їх продажів. В зв'язку з цим, доречно буде згадати емпіричне правило, яке існує в страхуванні: більш дорогі та складні продукти, зазвичай, постачаються прямими каналами збуту, а дешеві і прості – непрямими.

Нині ситуація на страховому ринку характеризується незначною диференціацією цін, продуктів і послуг, що реалізуються з використанням різних каналів реалізації. Це не сприяє підвищенню рентабельності продаж страхових продуктів, оскільки звужує можливості клієнта щодо вибору найбільш зручного і вигідного для нього каналу продаж. Діяльність в ринкових умовах передбачає розуміння страховиками того, що саме уподобання клієнтів повинні, перш за все, братися до уваги при організації каналів продажів страхових продуктів. При цьому, за страховою компанією зберігається свобода маневру щодо стимулювання клієнтів до використання ними низькозатратних каналів продаж, наприклад, за рахунок зниження цін на страхові продукти, що розповсюджуються цими каналами.

З іншого боку, необхідно враховувати, що різні клієнти можуть віддавати перевагу різним каналам продаж навіть одного і того ж страхового продукту. Саме тому, з метою інтенсифікації реалізації страхових продуктів доцільно використовувати чутливу до потреб клієнтів мультиканальну систему продажів, яка б забезпечувала реалізацію страхових продуктів як власне страховою компанією, так і за рахунок системи агентських продаж, налагодження зовнішніх каналів збуту, використання телефонних call-центрів, мережі Інтернет та інших засобів розповсюдження інформації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, присвячених проблематиці теоретичного обґрунтування збутової політики страхових компаній та визначення якісних характеристик прямих і непрямих каналів продажів, свідчить про те, що даним питанням присвячено незначну кількість наукових праць, зокрема праці відомих українських та зарубіжних економістів, до яких належать В. Базилевич, О.Вовчак, Р. Пукала, М. Трофімова, Р. Юлдашев, Д. Шаплико та ряд інших. Водночас, незважаючи на певні здобутки в дослідженні проблематики організації продаж страхових продуктів, дискусійними залишаються окремі положення теоретичного обґрунтування та правильного поєднання різноманітних каналів продаж страхових продуктів, що забезпечує страховій компанії можливість взаємодіяти зі страхувальником найбільш зручним для нього способом.

Постановка завдання. Метою статті є виявлення основних стадій життєвого циклу страхового продукту та з'ясування засобів його просування на кожній із стадій, визначення специфіки організації прямих та непрямих продажів.

Виклад основного матеріалу. Незалежно від визначеного страховиком, каналу продаж, для реалізації певного страхового продукту, просування страхових продуктів передбачає:

- інформування потенційних споживачів про наявність страхового продукту та його переваги;