

ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ

Болтянський О.Б., boltyanskyi988@gmail.com

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра МОТОРНОГО

Організація і ефективність збуту продукції визначається зовнішніми і внутрішніми факторами, які за своєю природою чи характером впливу поділяються на три групи: економіко-фінансові, організаційно-правові і соціально-психологічні.

Найбільш визначальними з них на макро – та мікроекономічному рівні є економіко-фінансові фактори. А саме: тип економіки; ступінь загальної макроекономічної стабільності у державі; стан розвитку економіки України.

Серед організаційно-правових факторів, що найбільш обумовлюють організацію і ефективність збутової діяльності підприємства, є такі: особливості підприємства (його організаційно-правова форма, розміри, спеціалізація і специфіка виробленого асортименту, тривалість виробничого циклу, географічна локалізація споживачів, наявність конкурентів); особливості і кількість підприємств-покупців продукції; стан розвитку інфраструктури, що забезпечує здійснення збуту підприємствами на внутрішньому і зовнішньому ринках; менеджмент збутової діяльності; правова база здійснення збутової діяльності та інші.

До групи соціально-психологічних факторів належать: ставлення держави до виробничої та посередницької діяльності; громадська думка щодо посередницької діяльності; ставлення промислових підприємств до оптових посередників; готовність кадрів до роботи в умовах ринкової економіки; наявність професійних знань та досвіду щодо здійснення збутової діяльності на принципах маркетингу; можливість працівників, що забезпечують збутову діяльність, отримати професійну підготовку і постійно підвищувати свою кваліфікацію.

Основою побудови системи управління збутовою діяльністю є визначення функцій, а саме:

- 1.Планування (підбір, класифікація та підготовка до використання інформації щодо розроблення стратегії збуту; оцінювання та аналізування факторів внутрішнього і зовнішнього середовищ; визначення стратегії розвитку збутової діяльності).
- 2.Організування (створення організаційної структури управління збутом на підприємстві; створення внутрішньофірмових і посередницьких систем розподілу продукції). Загальні проблеми економіки та суб'єктів господарювання
- 3.Мотивування (стимулювання учасників системи розподілу продукції: знижки, винагороди, преміювання, навчання персоналу).
- 4.Контролювання та регулювання (встановлення системи показників для оцінювання результатів дієвості збутової системи).

Список використаних джерел:

1. Загородна О.М. Діагностування проблемних зон виробничо-збутової діяльності за ключовими індикаторами її оцінки.//О.М. Загородна, І.В. Спільник. Проблеми та перспективи розвитку теорії і практики обліку, контролю, економічного аналізу і статистики: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. – Тернопіль, 5 грудня 2014 року. – Тернопіль: ТНЕУ, 2014 - С. 48-50.
2. Спільник І.В. Аналіз ефективності збутової діяльності// І.В. Спільник, О.М. Загородна. Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; ред. кол.: В.А. Дерій (голов. ред.) та ін.– Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка» 2016. – Вип. 24.- № 2 С.130-140.
3. Чукіна І.В. Організаційно-економічний механізм у системі управління виробничо-господарською діяльністю аграрних підприємств / І.В. Чукіна // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет. - Т. 15. - № 3. - Тернопіль: ВПЦ ТНЕУ «Економічна думка», 2014. - С. 230-236.

Науковий керівник: Болтянська Л.О., к.е.н, доцент кафедри ПТБ, *Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра МОТОРНОГО*