

УДК 339.138

Горохівська Н. – ст. гр. БМмпз-64

Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя

ВПЛИВ ФАКТОРІВ ЗБУТУ ТА ЦІНИ НА ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Науковий керівник: доц. Зяйлик М. Ф.

У сьогоднішніх умовах світового ринку застосування найефективніших і сучасних прийомів управління діяльністю підприємства є обов'язковим для досягнення успіху на ринку. При розробці заходів для її покращення помилки тут можуть бути фатальними, тому на ринках потрібно проаналізувати і сам товар, і потенційних споживачів, і регіон, на ринку якого фірма бажає реалізовувати свою продукцію.

Проблема ціноутворення та збуту готової продукції постає на сьогоднішній день як одна з основних, оскільки її реалізація має великий вплив на формування фінансово-економічного стану підприємства. Ці питання розглядаються в працях таких науковців як Л. О. Чорна, М. М. Артус, С. С. Гаркавенко, О. В. Голобушов, Н. Г. Соловйова, М.Туган-Барановський тощо. Як зазначає М.М.Артус “ціна є економічним барометром господарського життя, а механізм цін являє собою серцевину ринкового регулювання”. Тому дослідження природи цін та її теоретичних основ є необхідною умовою вдосконалення господарського механізму в ринкових умовах.

Головною метою ціноутворення підприємства є вирішення наступних завдань у найкоротший час, із найменшими витратами:

- посилення перспективності виробництва;
- підвищення якості товарів та послуг;
- забезпечення економічної ефективності продукції.

Не менш важливе значення для підприємства відіграє збут товарів, який є продовженням процесу безпосереднього виробництва. Реалізація є остаточним визначенням вартості та ціни товарів з урахуванням співвідношення попиту і пропозиції; посилює конкурентоспроможність товару за рахунок грамотної реклами, надання комплексу післяпродажних послуг. За допомогою маркетингових досліджень можна здійснювати активний вплив на виробництво на підставі вивчення потреб покупців.

В сучасних умовах функціонування промислові підприємства повинні добиватися прибуткової реалізації і робити все, щоб:

- розширювати кількість споживачів продукції;
- збільшувати обсяг її реалізації;
- знаходити нові ринки збуту;
- підвищувати свою частку на традиційних ринках;
- створити і закріплювати у споживача лояльне відношення до даної продукції,
- постійно підвищувати престиж підприємства.

Тому критеріями ефективності збутової діяльності багатьох вітчизняних промислових підприємств у даний час, на наш погляд, є прибуткова реалізація виробленої продукції за максимального задоволення потреб споживачів і забезпечення високоякісного їх обслуговування.