

УДК 339.13

Надія Коваль

Nadiya Koval

Науковий керівник – к.е.н., доцент Фалович В. А.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

УДОСКОНАЛЕННЯ ЗБУТУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

IMPROVING THE MARKETING OF AGRICULTURAL PRODUCTS

Ринок сільськогосподарської продукції займає особливе місце в структурі економіки України, і є одним із показників ефективності функціонування аграрного сектора в цілому. До тепер лишаються нерозв'язаними завдання, пов'язані зі створенням таких умов, як удосконалення збуту сільськогосподарської продукції, яке б забезпечило задоволення інтересів споживачів та продавців даної продукції.

Діяльність великих підприємств сільськогосподарського сектору охоплює собою цілеспрямовану організацію збуту виробленої продукції з метою забезпечення, реалізації і одержання прибутку.

Потреба в удосконаленні збуту на сільськогосподарську продукцію постійно зростає, оскільки збільшується кількість населення і потреби споживачів стають все більш вибагливі.

У реалізації сільськогосподарської продукції багато чого значить процес організації виробництва та загалом діяльність підприємства. Ефективна реалізація сільськогосподарської продукції дозволяє забезпечити стабільність виробництва та позначити шляхи розвитку.

Заходи щодо удосконалення збуту та формування попиту мають за мету забезпечити ввезення на ринок товарів ринкової новизни, зокрема, нові сорти сільськогосподарських культур, нові породи тварин, найсучасніші види сільськогосподарської техніки, отрутохімікати та ін.

Удосконаленню системи стимулювання збуту присвятили свої праці вітчизняні та зарубіжні вчені: Портер М. Ю., Чубань В. С., Кузняк Б.Я. Зіновчук В.В., Березін О.В., Перебийніс В.І., Губенко В.І., Дем'яненко М.Я., Гладій М.В.

При формуванні збутової політики велике значення має вирішення питання про вдосконалення методів роботи з кінцевими споживачами. При цьому основна роль відводиться оцінці витрат на впровадження технічних засобів обслуговування покупців (отримання замовлень), комп'ютерної техніки для обліку товарів, що надійшли на склади і проданих споживачам через роздрібну мережу або безпосередньо зі складу.

Враховуючи основні функції просування сільськогосподарської продукції кожне підприємство розробляє власну стратегію збуту. Збут - це вміння звернути увагу покупців до продукції і стимулювати розширені продажі кінцевим споживачам. А його ціллю є регулювання об'єму продаж для забезпечення запланованого прибутку організації і забезпечення потреб цільових споживачів. Збутова діяльність ґрунтується на досягненні умов отримання максимального прибутку та швидкої реалізації виготовленої продукції, що вимагає загальних методичних основ у процесі організації збутової діяльності. Тому, надто важливим є удосконалення системи збутової діяльності, де на основі планових показників виробництва визначаються обсяги потреб в ресурсах і їх основні постачальники. При недостатності тих чи інших ресурсів необхідно узгодити план виробництва і збуту сільськогосподарської продукції з урахуванням фінансово-економічних і матеріально-технічних пріоритетів. Розробка удосконалення плану збуту передбачає розробку програми руху потоків виробів по всьому розподільчому ланцюгу: від виробничих підрозділів підприємства до торгових центрів кінцевого продажу чи навіть до окремих споживачів продукції. Ця стадія пов'язана з плануванням потреби у складських приміщеннях і транспортних засобах.