

2) Кушнір І.В. Формування інноваційно-інвестиційної стратегії розвитку аграрного сектору економіки / І.В. Кушнір // Економіка та інноваційний розвиток національного господарства. – 2012. – №8(34). – с. 63 – 65.

3) Кушнір І.В. Передумови розвитку інноваційних процесів в аграрному секторі економіки / І.В. Кушнір // Інноваційна економіка. – 2012. – №6(32). – с. 38 – 40.

УДК 339.146.658.81

**А.І. Кречотень**

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

**РОЗРОБКА ЕФЕКТИВНОЇ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА**

**A.I. Krekoten**

**DEVELOPMENT OF EFFECTIVE SALE POLICY OF ENTERPRISE**

Збутова політика – це діяльність підприємства, орієнтована на планування, реалізацію та рух товарів, необхідних для задоволення потреб споживачів і отримання прибутку. Ефективність розробки збутової політики залежить від ефективності оцінювання існуючої системи збуту, її окремих елементів і встановлення відповідності збутової політики ринковим умовам. Окрім того, потрібно також проводити аналіз чинників, які впливають на обсяг реалізації, організацію реалізаційної мережі, стимулювання збуту, рекламу, дизайн виробу, час та спосіб виходу товару на ринок.

У процесі аналізу збутової політики важливим фактом є організація реалізації товару, адже вона здійснює зворотній зв'язок виробництва з ринком, інформує підприємство про попит і потреби споживачів. Ця політика спрямована на підвищення результативності у сфері продажу продукції, а основна її мета полягає у прискоренні реалізації товарів з метою уникнення їх старіння і списання.

Збутова політика – основа програми аналізу кожного конкретного продукту і виробництва загалом. При розробці збутової політики значну роль відіграє вибір методу роботи з кінцевим споживачем. Підприємству потрібно оцінити всі можливі витрати, а саме: витрати на використання технічних засобів обслуговування покупців; комп'ютерну техніку, необхідну для ведення обліку товарів, які надходять із складу або є реалізованими споживачами через дрібну мережу. Такі фактори, як постійне зростання витрат, що пов'язано з реалізацією продукції, посилення конкуренції на ринках збуту, підвищення вимог споживачів до якості сервісного обслуговування, значно посилюють значущість ефективного управління збутом продукції підприємства.

Для того, щоб збутова політика була ефективнішою, проводять багатоваріантний розрахунок витрат обігу, а вже на їх основі вибирають

оптимальніший варіант. Головну роль при встановленні збутової практики підприємства на ринку відіграє добре налагоджена система технічного обслуговування, яка приваблює покупців більше, ніж високі науково-технічні характеристики товару.

Впровадження збутової політики є найважливішим етапом розробки цієї політики. Після здійснення аналітичної роботи підприємству потрібно провести презентації, які підтверджують ефективність його діяльності з метою залучення додаткової робочої сили. Особливу увагу потрібно приділити тому, як вироблені правила сприятимуть досягненню належних результатів.

Підприємство повинно постійно вдосконалювати свою збутову політику з метою підвищення її ефективності та придатності для використання. Аналізувати потрібно всі результати роботи, як якісні, так і кількісні, адже від цього залежатиме функціонування підприємства та можливість отримання прибутку.

Література:

Пересадько Г.О. Аналіз маркетингової політики просування та збуту продукції підприємства / Г.О. Пересадько, О.В. Пересадько, О.В. Радченко, С.І. Науменко // Механізм регулювання економіки. Міжнародний науковий журнал. — 2010. — Т. 3, № 3 (48). — С. 72-80.

УДК 338

**О.Я. Лисаковський**

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

**РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ**

**O. Lysakovskiy**

**BUSINESS DEVELOPMENT IN UKRAINE**

Підприємництво як процес організації виробництва товарів та надання послуг для задоволення попиту є основою стрімкого розвитку провідних країн світу. Ефективність функціонування підприємницького сектора відіграє важливе значення як у світовій економіці, так і в економіці України. Підприємництво – це ініціативна ефективна діяльність суб'єктів підприємницької діяльності, що спрямована на досягнення ефективності і прибутковості власних підприємницьких структур, утримання стабільності на ринку[4]. Воно веде до залучення кадрів з високим професійним рівнем, умінням оптимально використовувати обмежені ресурси в умовах ризику та невизначеності.

В Україні протягом кількох останніх років ставлення до підприємництва поступово змінювалось: починаючи з повного відторгнення