

Список використаних джерел

1. Вовчак І.С. Інформаційні системи та комп'ютерні технології в менеджменті. / І.С. Вовчак /Навчальний посібник.- Тернопіль:Карт-бланш, 2001. -354 с.
2. Глушко С.В. Управлінські інформаційні системи. / А.В. Шайкан /Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів освіти – Львів: «Магнолія Плюс», 2006 р.-320 с.
3. Мережі АРМ управлінського персоналу [Електронний ресурс] / Режим доступу:<http://leksiopedia.org/ukr/lek-2960.html>.
4. Оцінка ефективності систем менеджменту [Електронний ресурс] / Режим доступу:<http://www.managerhelp.org/hoks-1855-1.html>.

Ляшенко Гульнара
студент ОС»Магістр»
спеціальності «Економіка»
Науковий керівник: **Добровольська Е.В.**,
к.е.н., доцент кафедри економіки, підприємництва,
торгівлі та біржової діяльності
Подільський державний аграрно-технічний університет,
м. Кам'янець-Подільський

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Трансформаційні зміни в економічному механізмі господарювання товаровиробників аграрного сектору економіки України призвели до порушення організаційних зв'язків у ланцюзі «виробник — споживач», недосконалості ціноутворення, монополізму заготівельних, переробних і торговельних підприємств, що стримує розвиток конкуренції на внутрішньому ринку. Сільськогосподарські підприємства як основні постачальники агропродовольства, що забезпечують продовольчу безпеку країни, функціонують в умовах невизначеності [1]. У цій

ситуації набувають актуальності завдання розробки та реалізації сільськогосподарськими підприємствами заходів щодо забезпечення ефективності виробничо-збутової діяльності на основі гнучкої адаптації до вимог ринку через реалізацію внутрішніх резервів удосконалення збутової діяльності, розвиток інфраструктурної складової, відповідне інформаційне забезпечення процесів ухвалення управлінських рішень у цій сфері.

За умови недостатнього розвитку інфраструктури багатоканальний збут і його форми замінюються реалізацією більшої частини продукції посередницьким структурам. При цьому товаровиробник втрачає у ціні, відволікає від виробництва дефіцитні ресурси на створення бази зберігання і переробки вирощеної продукції.

Збутова діяльність суб'єктів господарювання, організована з урахуванням економічних принципів, сприяє збалансованості ринкових структур, подоланню суперечностей і конфліктів між ними. Принципи обміну формують основу, розкривають сутність і визначають перспективи ринкових відносин, при врахуванні та використанні яких створюється сукупність необхідних і достатніх умов й передумов для формування та функціонування ефективної системи збутової діяльності сільськогосподарських товаровиробників.

Збут сільськогосподарської продукції та продовольства є з'єднувальною ланкою між сільським господарством і третьою сферою агропромислового виробництва, тобто є сукупністю галузей, які забезпечують надходження продукції від сільськогосподарських товаровиробників до кінцевого споживача, а саме: заготівельною мережею, первинною і вторинною переробкою продукції, системою оптової і роздрібною торгівлі. Поняття «збут» у науковій літературі розглядається в кількох площинах, а саме: як акт продажу готової продукції; збут продукції як система всіх заходів, що проводяться після виходу продукції за межі підприємства; методи поширення товарів;

комплекс заходів щодо реалізації та просування товарів до кінцевих споживачів [2]. Такі поняття звужують роль збуту і розглядають його як функцію, підпорядковану маркетингу.

Безпосередньо для аграрної сфери система збуту — це впорядкована сукупність взаємопов'язаних і взаємозалежних елементів (товаровиробники продукції, закупівельні організації, складське господарство, переробні підприємства, підприємства оптової і роздрібною торгівлі та громадського харчування), задіяних у процесі товароруку продукції до кінцевого споживача, метою якої є задоволення платоспроможного попиту кінцевого споживача та забезпечення взаємовигідних відносин між учасниками процесу просування продукції [3].

Найважливішою умовою забезпечення ефективності збуту продукції сільськогосподарськими підприємствами є його диверсифікованість через розширення каналів реалізації за рахунок розвитку кооперативного збуту, продажу за прямими зв'язками, через біржі, ярмарки, аукціони, а також розвитку внутрішньогосподарської реалізації [4]. Необхідність зниження втрат сільськогосподарської продукції на стадії транспортування, переробки і зберігання, скорочення термінів доставки, зменшення витрат на реалізацію зумовить розвиток прямих зв'язків сільськогосподарських товаровиробників із переробними підприємствами та іншими територіально наближеними споживачами.

Багатоканальний характер наявної системи збуту сільськогосподарської продукції і продовольства зумовлений різноманітністю видів сировини та продовольства і визначає диференціацію напрямів та заходів з удосконалення системи збуту в розрізі окремих продуктових ринків. Із розвитком спеціалізації і впровадженням нових технологій виробництва формуються певні тенденції у збуті продукції: зростає потреба в її транспортуванні, зберіганні та гли-

бокій переробці; витрати зі збуту формують дедалі більшу частину кінцевої ціни продажу продукту; концентрація виробництва призводить, з одного боку, до збільшення його обсягів і зниження ціни за одиницю виробленої продукції, а з другого — до віддалення виробництва від місць споживання, що збільшує витрати на її збут.

Отже, основними критеріями вибору найефективніших каналів реалізації сільськогосподарської продукції в сучасних умовах є: можливі обсяги реалізації продукції; рівень цін; своєчасність і форми розрахунків; диференціація цін залежно від якості продукції, тривалості й термінів продажу та ін.; асортимент виробленої господарством продукції; характер і стабільність виробничих зв'язків; надійність партнерів — учасників каналів товароруху; надійність системи доставки, зберігання і транспортування продукції; наявність конкурентів та їх позиціонування в обраному каналі товароруху тощо.

Список використаних джерел

1. Економіка підприємства: Навч. посібн. /Н.М.Бондар, В.Е. Воротін, О.А. Гаєвський та ін. ед.; За заг. ед.. А.В. Калини. – К.: МАУП, 2006. – 352 с.
2. Кирилов Ю. Є. Роль сільгоспвиробників у забезпеченні продовольчої безпеки України в умовах глобалізації /Ю. Є. Кирилов, І. В. Осадчук // Економіка АПК. – 2012. - №1. – С. 121-128.
3. Паска І.М. Сучасний стан та проблеми збуту продукції сільськогосподарськими підприємствами/ І.М. Паска/Інноваційна економіка. — 2012. — № 5 (31). — С. 206-210.
4. Покотильська Н. В., Білик Ю. І. Особливості збутової діяльності сільськогосподарських підприємств. Актуальні проблеми аграрної економіки: теорія, практика, стратегія: зб. міжнар. наук.-практ. конф., присвяченої 45-річчю економічного факультету ПДАТУ (Кам'янець-Подільський, 12-13 жовтня 2017 року). Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2017. 376 с.