

ЕФЕКТИВНІСТЬ ФОРМУВАННЯ І РЕАЛІЗАЦІЇ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ

У ринковій економіці, відповідно до логіки економічних законів, підприємство повинне забезпечити собі визначений рівень доходів. Кожне підприємство має обмежені ресурси – фінансові, виробничі, кадрові і т.і. Ці ресурси воно повинно мобілізувати та спрямовувати на те, щоб використовувати існуючий ринковий потенціал найбільш рентабельно.

Таким чином, реалії сучасної ринкової економіки висувають до підприємця нові умови – на перший план будь-якого підприємства виходить проблема збуту продукції. Це пов'язане з тим, що тільки за умови того, що вироблена продукція буде реалізована, існує можливість подальшого існування та розвитку підприємства. Підприємство має виготовляти потрібну споживачам продукцію, при чому, з урахуванням своїх можливостей, а не продавати ту, що має можливість виготовити. Саме тому, теоретичні дослідження у сфері збутової політики підприємства та оцінки її ефективності є дуже актуальними.

Збутова політика підприємства ґрунтується на його збутовому потенціалі. Збутовий потенціал підприємства можна визначити, як сукупність інформаційних, матеріальних, маркетингових, управлінських та комунікативних ресурсів і можливостей збуту, що забезпечують готовність і здатність підприємства здійснювати вивід товару на ринок, його реалізацію при постійному вдосконалюванні технології збуту, інновації продуктового ряду з урахуванням факторів маркетингового середовища [1].

Крім того, збутова політика формується під впливом цілей підприємства на рівні стратегій та тактик підприємства. В сфері збуту цілі можна поділити наступним чином:

- *обов'язкові* – без яких жодне з рішень не можна вважати прийнятним,
- *бажаними* – досягнення яких підвищує ефективність рішення;
- *ймовірними* – це такі, досягнення яких у комплексі з двома попередніми, створює умови запобігання в майбутньому проблем.

Збутові цілі можна уточнювати кількісними та якісними показниками, за допомогою яких можна визначити ефективність збутової політики підприємства. Так, Є.О. Музичка [2] запропонувала оцінювати ефективність управління збутовою діяльністю за двома групами показників (індикаторів): I група – показники визначення частки на ринку, II група – показники визначення ефективності збутових витрат підприємств. Цікавою, з точки зору практики, є оцінка ефективності збутової політики підприємства за допомогою показників його виробничо-збутової діяльності та впливу збутової діяльності на фінансові результати запропонованої І.В. Спільник, О.М. Загородною [3].

В системі управління збутовою політикою підприємства виокремлюють такі підсистеми: корпоративного управління, управління цільовим ринком, управління товарною політикою, управління ціновою політикою, управління збутовим потенціалом та ризиками [4].

Таким чином, збутова політика підприємства – це комплекс заходів, спрямованих на створення ефективної збутової мережі з метою покращення фінансових результатів підприємства.

Список використаної літератури:

1. Гамалій В.Ф., Фабрика І.В. Сучасні проблеми збутової політики українських підприємств / [Електронний ресурс] – URL : [http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_22\(2\)_ekon/stat_20_1/02.pdf](http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_22(2)_ekon/stat_20_1/02.pdf)
2. Музичка Є.О. Оцінка ефективності управління збутовою діяльністю туристичних підприємств / [Електронний ресурс] – URL : [http://soskin.info/userfiles/file/2013/11-12%202013%20EX/11-12\(2\)/Muzychka.pdf](http://soskin.info/userfiles/file/2013/11-12%202013%20EX/11-12(2)/Muzychka.pdf)
3. Спільник І.В., Загородна О.М. Аналіз ефективності збутової діяльності підприємства // Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2016. – Том 24. – № 2. – С. 130-140.
4. Ключник А.В. Збутова політика та її значення у розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства // Глобальні та національні проблеми економіки [Електронний ресурс] – URL : <http://global-national.in.ua/archive/4-2015/87.pdf>