

УДК 338.432 : 316.334.55

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВДОСКОНАЛЕННЯ ВИРОБНИЧО-ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Коротов В.С., магістрант

(Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка)

Підвищення ефективності виробництва в Україні базується на зростанні продуктивності праці, професійному зростанні співробітників і зниженні управлінських витрат. Логічно буде додати до цього й удосконалення виробничо-збутової політики. Удосконалення виробничо-збутової діяльності вимагає комплексного підходу. Сільськогосподарське виробництво має економічні особливості, які здійснюють вплив на збут продукції. Безпосередній вплив має: коливання обсягів виробленої продукції; відставання впровадження результатів науково-технічного прогресу (наявність значної кількості ручної праці, зокрема на вантажних роботах) та інше. Опосередкований вплив має: певна іммобільність ресурсів; нееластичність попиту; попит нееластичний до доходу та інше.

Найбільшої ефективності роботи виробничо-збутової діяльності аграрного підприємств можемо досягти за таких умов: план виробничо-збутової діяльності повинен мати єдину форму, бути цілеспрямованим; проведення аналізу планів виробничо-збутової діяльності повинно бути стандартизоване єдиною формою аналізу, що спростить його контроль; застосування агрологістики, яка допоможе вирішити такі стратегічні завдання як: забезпечення пристованості агропідприємства до ринкових умов; збільшення власної частки на ринку; зменшення витрат на здійснення логістичної діяльності для збільшення прибутку; підвищення ефективності функціонування агропідприємства [1].

Необхідно зазначити, що продукція, яка не вимагає додаткової переробки і споживається відразу, повинна реалізовуватися безпосередньо від виробника до споживача. Внаслідок суттєвого обмеження термінів зберігання, час руху товару від виробника до кінцевого споживача не може перевищувати терміну зберігання продукції. Проте прямі зв'язки є вигідними й прийнятними тоді, коли виробник сільськогосподарської продукції перебуває в певній територіальній близькості. Не всі товаровиробники мають можливості для використання прямих зв'язків. Це обумовлено необхідністю і доцільністю створення власної торговельної мережі і розташуванням в достатній близькості до великих ринків збуту [2].

Список літератури

1. Ніщенко В.С. Методичні підходи до формування раціональної збутової політики аграрних підприємств / В.С. Ніщенко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2015. – №8. – С. 100-103.
2. Паска І.М. Організаційно-економічні засади збутової діяльності сільськогосподарських підприємств / І.М. Паска // Економіка та управління АПК. – 2013. – Вип. 10. – С. 47-53.