

Різноманіття факторів, що визначають можливості та обмеження щодо формування категорій, їх специфічна реалізація для окремого торговельного посередника призводять до таких висновків:

1. Не існує ідеального поділу торговельного асортименту на категорії, який підходить всім учасникам ринку. Кожен формуватиме свій, індивідуальний розподіл, який, у випадку вдачі, є потужним джерелом конкурентоспроможності, оскільки індивідуальність означає захист від конкуренції.

2. На ринку присутні множинні варіанти формування категорій, що забезпечує більш повне задоволення потреби споживача.

### **Список використаних джерел**

1. Микитенко Н. Товарні категорії в системі управління торговельним процесом. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. Серія: Підприємництво*. 2019. № 5. С. 48-58. Режим доступу: <http://visnik.knute.edu.ua/files/2019/05/7.pdf>

2. Косаревич Н. Перемістіть товар на рівень очей та отримайте до +70% обсягу товару. *Міжнародна бізнес-школа «Лаб»*. Режим доступу: <https://laba.ua/blog/3594-peremistit-tovar-na-riven-ochey>

## **КЛЮЧОВІ ПРИНЦИПИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ПОЛІТИКОЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

**Чатченко О.Є.**, канд. екон. наук, доц.

Державний університет інформаційно-комунікаційних технологій,  
м. Київ, Україна

В умовах військового стану в Україні, питання збільшення збутової активності, налагодження системи збуту та управління ним є важливим для виробників продукції.

Ефективне управління збутовою політикою на виробничому підприємстві передбачає процес розвитку відділу продажів, впровадження нових методів збуту, удосконалення координацію операцій зі збуту, які дозволять підприємству досягати свої цілі щодо збуту продукції, і як наслідок збільшувати прибуток.

Науковці виокремлюють основні методологічні принципи в управлінні збутовою політикою в сучасних умовах: 1) наявність і відповідність товару потребам споживачів; 2) інфраструктурне забезпечення; 3) інформаційне забезпечення збутової діяльності;

4) вибір ефективних каналів збуту; 5) кадрове забезпечення в збутовій діяльності підприємства; 6) фінансовий супровід збутової діяльності; 7) системність збутової діяльності.

За підсумками наукових досліджень з проблем ефективної збутової діяльності на виробничому підприємстві, виділимо ключові принципи управління збутовою політикою: принцип збалансованого вибору стратегії товарної політики щодо загальної стратегії розвитку підприємства; принцип моніторингу ринку промислової продукції; принцип адаптації, що націлений на вимоги внутрішнього та зовнішнього середовища; принцип спрямованості на кінцевий результат збутової діяльності; принцип системного забезпечення ресурсами збутової діяльності; принцип інноваційності, який забезпечує впровадження та використання інноваційних процесів і технологій у механізмі збуту продукції.

За допомогою вищенаведених принципів можливо реалізувати маркетинговий план підприємства, який підвищить рівень продажів, збільшить ефективність збутової політики та закріпить конкурентні позиції на ринку.

#### **Список використаних джерел**

1. Савицька Н.Л., Мелушова І.Ю., Красноусов А.В., Олініченко К.С. Торговельне підприємництво: навчально-методичний посібник. Х.: Видавництво Іванченка І. С. 2017. 214 с.

### **БЮДЖЕТУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ КОНТРОЛЮ ВИТРАТ НА ЗБУТ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ**

**Чміль Г.Л.**, д-р екон. наук, проф.

**Кащена Н.Б.**, д-р екон. наук, проф.

**Нестеренко І.В.**, канд. екон. наук, доц.

Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Дієвим механізмом в організації контролю за витратами на просування та продаж товарів і послуг є процес бюджетування, який відіграє значиму роль як у контексті належного виконання маркетингових функцій підприємства у досягненні стратегічних цілей розвитку його діяльності, так і підвищення економічного ефекту від кожного маркетингового заходу через оцінку розподілу та використання матеріальних та фінансових ресурсів.

Бюджети складаються в розрізі статей витрат на просування та