

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

продаж товарів і послуг за умов нормального використання виробничих потужностей, специфіки виробництва інноваційної продукції, цифрових можливостей. При цьому, витрати на збут визнаються за всіма процесами господарської діяльності промислового підприємства за умов використання ресурсів на дослідження промислового ринку, підтримку іміджу підприємства, рекламну діяльність, то об'єктами контролю за даним напрямом стають процес постачання, виробництва інноваційної (або модифікованої) продукції, збуту, управління, а також матеріальні, фінансові та трудові ресурси [2; 3]. Організація контролю витрат на просування та продаж товарів і послуг за вказаними об'єктами надає можливість розробити заходи щодо економічного та ефективного використання всіх видів ресурсів, попередження ризиків.

Організація контролю на збут інноваційної продукції повинна здійснюватися відповідно до розробленого плану, програми перевірки та розподілу робіт між виконавцями [4]. На етапі планування визначається перелік форм для проведення контролю та їх розробка, види робіт, час виконання контрольних процедур. Організація контролю базується на проведенні аналізу отриманої інформації про маркетингові витрати, яка перевіряється на предмет достовірності та законності проведеної операції в ході маркетингової діяльності. В межах організації контролю маркетингових витрат промислового підприємства необхідно здійснювати аналіз динаміки та структури витрат, відносної економії (перевитрати) ресурсів в межах релевантного діапазону, досягнення встановлених узагальнюючих та часткових показників за критеріями економічності, продуктивності в частині інноваційної продукції та результативності, аналіз промислового ринку, попиту, конкуренції, аналіз витрат на освоєння нових видів продукції.

У системі контролю використовуються розроблені кошториси витрат та призначені для складання звітів виконання бюджетів [1]. Контроль витрат на просування та продаж товарів і послуг відбувається шляхом аналізу відхилень фактичних даних від даних за кошторисом або від показників накреслених цілей. Пропонуємо відповідно до маркетингового заходу або операцій за процесами постачання, виробництва та реалізації складати: звіт виконання бюджету витрат на просування та продаж товарів і послуг, звіт виконання бюджету витрат на виробництво інноваційної продукції, звіт виконання бюджету витрат на рекламу та просування продукції, звіт виконання бюджету витрат на гарантійне обслуговування. Отримана інформація з цих звітів дозволяє забезпечити зворотний

зв'язок, встановити причини відхилень, розробити заходи стосовно їх усунення за кожним маркетинговим заходом або мінімізувати несприятливий вплив на результат.

Таким чином, контроль за витратами на збут інноваційної продукції є одним із значимих елементів системи управління діяльністю підприємством, результативність якого залежить від правильності постановки цілей та його організації з урахуванням характерних ознак витрат на просування та продаж товарів і послуг, впливу чинників зовнішнього та внутрішнього середовища на проведення маркетингових досліджень та заходів.

### **Список використаних джерел**

1. Нестеренко І.В., Чміль Є.Л. Моделювання облікової політики в контексті забезпечення інноваційного розвитку підприємства. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2022. Вип. 1(01). С. 92–99.

2. Савицька Н.Л., Чміль Г.Л. Трансформація взаємодії суб'єктів ринку в умовах диджиталізації маркетингу. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2022. Вип. 1 (01). С. 112–117.

3. Чміль Г.Л. Адаптивна поведінка суб'єктів споживчого ринку в умовах цифрової трансформації економіки: теорія, методологія та практика : монографія. Харків: Видавець Іванченко І. С. 2021. 377 с.

4. Чміль Г.Л., Кащена Н.Б., Нестеренко І.В. Розбудова системи контролю витрат на просування та продаж товарів і послуг. *Інфраструктура ринку*. 2022. Вип. 68. С. 163–169.

## **ВПЛИВ ВІЙНИ В УКРАЇНІ НА МІЖНАРОДНУ ТОРГІВЛЮ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЮ ПРОДУКЦІЄЮ**

**Яценко О.**, д-р екон. наук, проф.

Київський національний економічний університет  
ім. В. Гетьмана, м. Київ, Україна

**Михайлова М.**, канд. екон. наук, доц.

Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

**Завадська Ю.**,

Product Development Team, Loopme, м. Київ, Україна

Російське військове вторгнення в Україну завдало серйозних проблем світовій торгівлі сільськогосподарською продукцією та поставило під загрозу не тільки геополітичну стабільність, а й