

Приоритетними направлениями Программы являются улучшение качества и состояния автодорог с последующим уменьшением дорожно-транспортных происшествий, создание объектов придорожного сервиса, сочетающих в себе целый комплекс услуг, оказываемых участникам дорожного движения.

Реализация данных мероприятий будет безусловно способствовать развитию дорожной сети и уровня сервиса на дорогах, улучшению безопасности и имиджа страны как транзитного государства, увеличению скорости доставки груза, снижению транспортных издержек, повышению эффективности работы транспортно-логистических организаций Республики Беларусь, задействованных в международных автоперевозках с последующим пополнением государственной казны.

Список использованных источников

1. Программа «Дороги Беларуси» на 2006–2015 годы: Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 6 апреля 2006 года № 468.

Тесля А.М., Котлярова В.Г.

Національний фармацевтичний університет, Харків, Україна

Механізм удосконалення збутової діяльності підприємства

Alinkat15@gmail.com

Постановка проблеми: На сьогоднішній день вивчення питання про збут є актуальним для всіх промислових підприємств і відіграє важливу роль в системі виробничих відносин суспільства. Важливим завданням у діяльності будь – якого торговельного підприємства є організація ефективної системи збуту, яка може забезпечити необхідну конкурентоспроможність в умовах ринкової системи. Метою збуту є доведення до споживачів конкретного товару з необхідними споживачами властивостями, в необхідній кількості, в певному місці, з допустимими (мінімальними) затратами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В економічній літературі питання аналізу збутової діяльності розглядалися в дослідженнях вітчизняних і зарубіжних науковців, зокрема, В.В. Апопія, Г.Дж. Болт, Л.В. Балабанової, В.В. Бурцева, А.А. Мазаракі, Ф. Котлера, А.Д. Шеремет.

Метою дослідження: є теоретичне обґрунтування нових форм і методів збутової діяльності підприємств та розробка рекомендацій по їх застосуванню до виробничого процесу збутової діяльності на підприємстві.

Виклад основного матеріалу досліджень: Поняття «збут» можна розглядати в широкому й вузькому значенні. Збут у широкому розумінні являє собою процес організації транспортування, складування, запасів, доробки, просування до торговельних ланок, упакування й реалізації товарів з метою задоволення потреб покупців і отримання на цій основі прибутку [1].

Збут у вузькому значенні (продаж, реалізація) – процес безпосереднього спілкування продавця й покупця, спрямований на отримання прибутку і потребує знань, навичок і певного рівня торгової компетенції.

Підвищення ролі збутової діяльності торговельних підприємств на сучасному етапі зумовлене декількома причинами:

- за часів товарного насичення неможливо обійтися без спеціальних, наближених до покупця, збутових мереж;
- сьогодні посилюється боротьба за споживача, що потребує постійного вдосконалення збутової діяльності, підвищення її ефективності;
- існує необхідність підвищення конкурентоспроможності підприємства, яка значною мірою обумовлена організацією його збутової діяльності.

На збутову діяльність промислових підприємств великий вплив здійснюють керовані та некеровані фактори розподілу та, відповідно, проблеми як зовнішнього так і внутрішнього характеру. До проблем зовнішнього характеру належать проблеми, що пов'язані із взаємовідносинами торговельних підприємств з іншими учасниками ринку.

До внутрішніх проблем збутової діяльності промислових підприємств належать функціональні і системні проблеми збуту.

До функціональних проблем можна віднести дезорганізацію, що проявляється в роз'єднаності зусиль служби збуту та інших відділів підприємства. До системних проблем відносять відсутність стратегічного підходу до збутової діяльності підприємства; недостатнє знання поточного й перспективного стану ринку; непідготовленість підприємства до змін попиту; недосконала система інформаційного забезпечення збутової діяльності.

При розробці ефективної збутової діяльності виділяють наступні функції:

- Обробка інформації (збір, систематизація та обробка інформації, що відображає потреби і пріоритети споживачів до покупців);
- Організація транспортування товарів (складування товарів перед транспортуванням і доробка товару на складах по необхідності);
- Формування партій товарів (відповідно до потреб споживачів);
- Вибір каналу збуту для системи (вибір прямого або не прямого каналу збуту);
- Робота з посередниками;

- Управління запасами товарів у межах промислових підприємства та його філій.

Метою збутової діяльності будь-якого виробника є продаж товарів кінцевому споживачеві, що дозволяє повернути вкладені у виробництво кошти і отримати прибуток. У загальному випадку просування товару йде по ланцюжку, що наведений на рис. 1.



Рисунок 1. Схема просування товару за дворівневим каналом розподілу

Висновок: Отже, збутова діяльність спрямована на підвищення ефективності роботи промислового підприємства. Оскільки головною метою будь-якого підприємства є отримання максимального прибутку, то збутовій діяльності має надаватися якомога більше уваги. На кожному промисловому підприємстві повинна бути добре організована служба збуту, яка займатиметься шляхами просування своєї продукції на ринку вільної конкуренції.

Література

1. Апопій В. В. Організація торгівлі: навч. посібник. для студ. вищ. уч. закл./ [Апопій В.В., Міщук І.П., Ребицький В.М. та ін.]; ред. В.Апопій; Львів. комерц. акад.-Вид. 2-е, перероб. і доповіді.-К.: Центр на-чальної літератури, 2008. - 632с.
2. Балабанова Л.В. Стратегічне маркетингове управління збутом підприємств: підручник/ Балабанові Л.В., Мітрохіна Ю.П.- М.: Дон ДУЕТ, 2009.-245с.

Сеченова Н.Г., Деренська Я.М.

Національний фармацевтичний університет, Харків, Україна

Складові моделі управління фінансовими потоками

Головна мета управління фінансовими потоками полягає в забезпеченні їх збалансованого обігу. Визначення напрямів руху фінансових потоків та своєчасне прийняття управлінських рішень щодо їх розміру, швидкості та терміну дії забезпечують господарську