

**Секція «СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ  
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ  
(ОРГАНІЗАЦІЙ)»**

Гордієнко В.Ю.

*Національний фармацевтичний університет, м. Харків, Україна*

**Напрямки удосконалення цінової політики на ТОВ «ФК "Здоров'я"»**

1992gordienko@gmail.com

У сучасних умовах ціна є таким параметром, від якого багато в чому залежить благополуччя підприємства, розміри його доходів і витрат. Вона головним чином задається ринковою ситуацією, і саме тому підприємство зобов'язане здійснювати продуману політику ціноутворення з урахуванням кон'юнктури конкретних товарних ринків сьогодні, завтра й у більш віддаленій перспективі.

Актуальність даної теми пояснюється тим, що на даний момент в Україні широко розвинений фармацевтичний ринок, а з цим пов'язана сильна конкуренція в галузі. Тому кожне підприємство для підвищення своєї конкурентоспроможності на ринку повинно вжити заходів для покращення цінової політики.

Проблема ціноутворення відноситься до найбільш складних у сфері управління лікарським забезпеченням населення і лікувально – профілактичних установ. Вона широко висвітлена у працях відомих авторів, таких як А.С.Немченко, Л.В.Галій [3], В.Матвеева, Я.В.Літвіненко та ін. Але не всі аспекти цієї проблеми, особливо ті, що стосуються цінової політики на ринку фармацевтичної продукції, висвітлені достатньо. Все це потребує подальшого дослідження цієї проблеми.

Метою роботи є дослідження цінової політики підприємства та пропозиції щодо її вдосконалення.

Цінова політика підприємства є комплексом заходів, направлених на формування оптимальної ціни на кожен вид продукції з метою досягнення на цій основі мети підприємства [1]. Ключовим елементом цінової політики є розрахунок базисного рівня цін, який припускає виконання ряду послідовних етапів: постановка цілей і завдань ціноутворення, визначення попиту, оцінка витрат виробництва, аналіз цін і якості товарів конкурентів, вибір методу ціноутворення, розрахунок початкової ціни.

Аналіз цінової політики на ТОВ «Фармацевтична компанія "Здоров'я"», яке входить в п'ятірку провідних українських виробників лікарських препаратів показав, що метою встановлення ціни на лікарські засоби є максимальне задоволення запитів та бажань

споживачів при оптимальному використанні ринкового цінового механізму. До цілей ціноутворення на лікарські засоби фармацевтичної компанії належать: доступність якісних лікарських засобів для населення, максимізація поточного прибутку та збільшення частки ринку.

Попит на продукцію фармацевтичної компанії «Здоров'я» є еластичним, бо, найбільше зростання обсягу реалізації продукції спостерігається завдяки зміні ціни, а отже, зниження ціни викликає таке ж підвищення обсягів продажу лікарських засобів. Визначено, що ТОВ «Здоров'я» застосовує цінову стратегію «ціна-ефективність», тобто висока якість і середня ціна, що означає застосування різних варіантів цінової стратегії, націленої на витіснення конкурента з позицій.

На сьогодні практично всі споживачі користуються товарним кредитом. Але як показує досвід, це не завжди доцільно, адже не всі споживачі виявляються надійними. Тому для вирішення цієї проблеми необхідним є:

- ведення на підприємстві системи контролю за дебіторською заборгованістю за допомогою АВС-аналізу (ранжування боржників за сумою боргу та за терміном платежу);
- розробка нової тактики ціноутворення для кожного споживача окремо, яка буде спрямована на підвищення фінансової стійкості підприємства;
- удосконалення умов відпуску продукції (стимулювання споживачів): додаткові знижки на нові препарати, товарне кредитування, завчасне інформування дистриб'юторів про всі зміни в роботі підприємство – дистриб'ютор, премії за лояльність — залежно від терміну співробітництва, виплата грошових винагород, конкурси — змагання між клієнтами за кращі показники роботи і нагорода переможців путівками, преміями, цінними призами тощо.

Таким чином, підприємству необхідно більше уваги приділяти постійному моніторингу споживачів, яким ТОВ «Здоров'я» реалізує свою продукцію, адже це дасть змогу підприємству використати вільні грошові кошти задля своїх потреб (наприклад, для погашення існуючих кредитів та підвищення фінансової стійкості).

#### **Перелік використаних джерел інформації**

- 1.Г.Римар Ціноутворення в Україні: стан та перспективи розвитку/ Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу — вип. 1(22)-2012р, с.309-314.
2. Закон України «Про ціни і ціноутворення» від 3 грудня 1990 року N 507-XII // Відомості Верховної Ради (ВВР).- 1990. -№52. -ст.650.(зі змінами та доповненнями).
- 3.Немченко А.С., Галлий Л.В. Государственное регулирование цен на лекарственные средства: проблемы и перспективы // Провизор. – 2001. – №14. – С.6-7.