

- 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

діяльність в достатньому обсязі фінансовими ресурсами та максимізують віддачу від їх використання.

Поетапне управління фінансовими потоками починається з визначення фінансових потоків, що супроводжували або можуть супроводжувати господарську діяльність підприємства.

Другий етап передбачає аналіз фінансових потоків. Виявлення недоліків і переваг в обігу фінансових потоків необхідне для порівняння з динамікою внутрішніх і зовнішніх факторів, які враховуються на третьому етапі управління при прогнозуванні вхідних фінансових потоків. Визначений обсяг надходжень та видатків фінансових ресурсів є підставою для складання плану обігу фінансових потоків на наступний період, який відбувається на четвертому етапі управління. У разі збалансованості фінансового плану розробляються заходи щодо його реалізації. Запропонована послідовність реалізації етапів управління фінансовими потоками дозволяє скоординувати зусилля керівництва підприємства та розробити організаційні засади регулювання та контролю за рухом фінансових потоків.

Оцінка ефективності управління фінансовими потоками є складовою моделі управління фінансовими потоками підприємства як на етапі кількісної та якісної оцінки результатів (досягнення поставлених цілей), так і на етапі прогнозування та планування грошових потоків, а також корегування планових показників відповідно до зміни зовнішнього та внутрішнього середовища здійснення підприємницької діяльності суб'єктом господарювання.

Запропонована модель управління фінансовими потоками наведена на рис. 1.

Запропонована модель управління фінансовими потоками, етапи її впровадження мають загальний підхід до реалізації функцій управління, згідно з яким кожна функція бере участь у забезпеченні виконання наступної для досягнення бажаного результату.

Головним критерієм ефективності запропонованої моделі управління фінансовими потоками є розмір заощаджених фінансових ресурсів у результаті виникнення негативних відхилень.

Основними задачами запропонованої моделі управління фінансовими потоками є:

- 1) виявлення та класифікація факторів, які впливають на зміну планових показників;
- 2) встановлення причинно-наслідкових зв'язків впливу факторів на планові показники підприємства;
- 3) закріплення факторів за центрами відповідальності;
- 4) визначення джерела та характеру представлення інформації про зміни планових показників фінансових потоків.



Рис. 1. Складові запропонованої моделі управління фінансовими потоками

При здійсненні процесу фінансового управління повинні застосовуватись такі основні принципи:

- 1) вірогідність оцінки та повнота відображення вхідних та вихідних фінансових потоків фінансово-господарських операцій;
- 2) оптимальність планування технологічного маршруту та собівартості випуску продукції;

3) єдність контрольної та планової документації (відповідність контрольних показників статтям фінансового плану);

4) збалансованість корегування дохідної і видаткової частин фінансового плану підприємства.

Таким чином, впровадження запропонованої моделі управління фінансовими потоками сприятиме підвищенню надходжень і скороченню витрат. Як показує практика, ефективна система управління потоками несе в собі великий потенціал для економічного розвитку підприємства.

Хромих А.Г., Глюскіна Г.П.

*Національний фармацевтичний університет, Харків, Україна*

### **Шляхи удосконалення цінової політики фармацевтичного підприємства**

**Вступ.** Як свідчить світова практика, в умовах ринкової економіки в Україні зростає роль цінової політики, що обумовлено загостренням конкурентної боротьби на фармацевтичному ринку. При цьому підвищується важливість управлінських рішень відносно цін, оскільки вони суттєво впливають на кінцеві фінансові результати і ринкове положення фармацевтичного підприємства. Водночас, цінова політика вітчизняних фармацевтичних підприємств не завжди є обґрунтованою і зваженою.

**Метою** даної роботи є розробка методичних рекомендацій щодо удосконалення цінової політики фармацевтичного підприємства.

**Методи дослідження.** У процесі дослідження використовувалися методи: абстрактно-логічний; монографічний і системного аналізу. Методологічною та теоретичною базою дослідження є наукові праці вітчизняних та зарубіжних авторів з питань ціноутворення, матеріали мережі Інтернет.

**Результати досліджень.** Як свідчать результати проведених наукових досліджень, сутність цінової політики можна розглядати з декількох сторін. З одного боку, це система заходів щодо встановлення, підтримки та змінення цін на фармацевтичну продукцію, яка узгоджується із загальною стратегією фармацевтичного підприємства і спрямована на досягнення його цілей й завдань. З іншого боку, цінову політику можна розглядати як інтегровану систему, яка охоплює взаємозв'язок цін на фармацевтичну продукцію в межах асортименту; використання спеціальних знижок і змін цін; співвідношення власних цін і цін конкурентів; методи формування цін на нові лікарські засоби тощо. При цьому необхідно звернути увагу і на зростаючу роль маркетингу, який