

необхідні (доступні) фінансові ресурси, формуються державні програми. На третьому етапі здійснюються постійний моніторинг і відповідне коригування індикативного плану. Дані процеси виступають невід'ємними елементами стратегічного управління, за рахунок чого досягається оптимальна узгодженість окремих індикативних планів [3].

Список використаних джерел:

1. Мордовцев О.С. Методологія територіального індикативного планування. *Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму*. 2013. № 1(6). С.223 – 229.
2. Мордовцев О.С. Сутність та цілі індикативного планування соціально-економічного розвитку регіону. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету*. 2013. №1 (64). С. 197 – 202.
3. Індикативні методи забезпечення стійкості економіки України. Журнал. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2373> (дата звернення 13.01.2021).

ОСОБЛИВОСТІ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Г. Є. ЯМНЕНКО, канд. екон. наук

А. С. ДРИГА

ДВНЗ “Київський національний економічний університет імені В. Гетьмана”

Динамічність та непередбачуваність факторів ринку сприяють тому, що збутова діяльність посіла одне з основних місць в ефективному та результативному господарюванні підприємства. Сучасні умови жорсткої конкуренції поставили систему управління збутовою діяльністю у важкі умови, позначивши, що головним завданням даної системи є завоювання та збереження задовільної позиції на ринку та утримання переваги над конкурентами.

Підприємницька діяльність за своєю суттю має збутову спрямованість, і тому, важливість раціональної та ефективної організації збутової діяльності

підприємства не піддається сумніву. Без налагодженої збутової політики виробнича діяльність наражається на значні ризики та невизначеність, наслідком яких можуть стати не лише фінансові витрати, але і банкрутство підприємства.

У сучасних умовах значної конкуренції на ринках товарів та послуг збут та ефективна організація збутової діяльності грають одну з основних ролей у функціонуванні підприємства. Грамотна організація і управління збутом – один з найважливіших елементів системи взаємодії суб'єктів ринку – споживачів і фірми.

Збутова діяльність підприємства є одним з найбільш важливих аспектів діяльності кожного підприємства, що підтверджує актуальність проведення досліджень у напрямку пошуку шляхів підвищення ефективності збутової діяльності підприємств в умовах значної конкуренції на ринках товарів та послуг.

Можна сказати, що основним завданням збутової діяльності є створення таких сприятливих умов, які обґрунтовано трансформують потенційні наявні потреби покупця в реальний попит, що приносить задоволення інтересів сторін та комерційну вигоду. Такими умовами є наступні аспекти збутової діяльності: методи, форми і канали збуту, що характеризують ключові функціональні напрямки.

Незважаючи на те, що кожне підприємство організовує свою збутову діяльність на свій розсуд, в основі такого планування лежить принципова орієнтація на задоволення різноманітних запитів кінцевого споживача (або на побудову такої системи розподілу, яка була б ефективна як для самої фірми, так і для посередників) і спосіб її існування, що розглядається як сукупність дій по максимальному наближенню товару до цільової групи споживачів (або навпаки, залучення споживачів до товару фірми) [1, С. 67-74].

Фармацевтичний ринок та ринок інсулінів як його складова частина, характеризується підвищеним рівнем конкуренції, тому без ефективно налагодженої збутової діяльності фармацевтичне підприємство не може

розраховувати на стійке утримання конкурентних позицій на ньому. Ефективна збутова діяльність дає змогу підприємству перемогти в конкурентній боротьбі, забезпечити проникнення на нові ринки збуту, втримати існуючих та завоювати нових споживачів і, в кінцевому підсумку - досягти цілей, спрямованих на отримання прибутку.

Управління збутовою діяльністю є одним з багатьох функціональних напрямів управління фармацевтичних підприємств при просуванні лікарських засобів на ринок. Управління збутовою діяльністю повинно здійснюватися виходячи із стратегічних та тактичних цілей та завдань підприємства має здійснюватися відповідно до тактичних і стратегічних планів. Вибір напрямів збутової діяльності залежить від планових показників продажів і прибутку компаній, ресурсів, наявних в їх розпорядженні, і стратегій просування [3].

Підприємство ПрАТ «ІНДАР» є єдиним підприємством на ринку України, що має повний цикл виробництва інсулінових лікарських засобів із повним циклом виробництва. Воно є беззаперечним лідером на ринку, завдяки накопиченому досвіду, використуванню технологій та повному виробничому циклу виробництва інсулінів від субстанцій до готових лікарських форм. Використовувані технології дають змогу підприємству володіти стійкими конкурентними перевагами у сфері виробництва. Але досягнення високих результатів господарської діяльності, зайняття значної частки на ринку неможливо досягти лише за рахунок використуваних виробничих технологій. Обов'язковою умовою є також ефективно налагоджена збутова діяльність підприємства. ПрАТ «ІНДАР» навчилося не лише виробляти високоякісні лікарські засоби для пацієнтів, хворих на цукровий діабет, але також і продавати їх на ринку.

За підсумками 2019 року частка експорту у загальному збуті продукції у сумі 545,9 млн. грн. становила 80,3%. При цьому за останні три роки частка експорту стабільно зростає. Отже, експортна діяльність для підприємства є основою, яка забезпечує основну частку грошових надходжень від реалізації фармацевтичної продукції.

Технологічні можливості ПрАТ «ІНДАР» дають можливість підприємству просувати свою продукцію не лише на території України, але також і за кордоном. Збутова діяльність ПрАТ «ІНДАР» в першу чергу направлена на експорт готової продукції за кордон. На даний момент підприємство відкрило для збуту своєї продукції 9 зарубіжних ринків (рис. 1) [2].

Як свідчить аналіз зарубіжних ринків збуту ПрАТ «ІНДАР», експортна діяльність підприємства є переважаючою, тому вона формує основну частку виручки підприємства від реалізації інсулінових та суміжних препаратів. Підприємство співпрацює як із зарубіжними партнерами, так і має розгалужену мережу партнерських відносин на території України. Завдяки ефективній збутовій діяльності підприємство втримує позиції лідера на ринку інсуліну в Україні та активно розвивається на ринках зарубіжних країн.

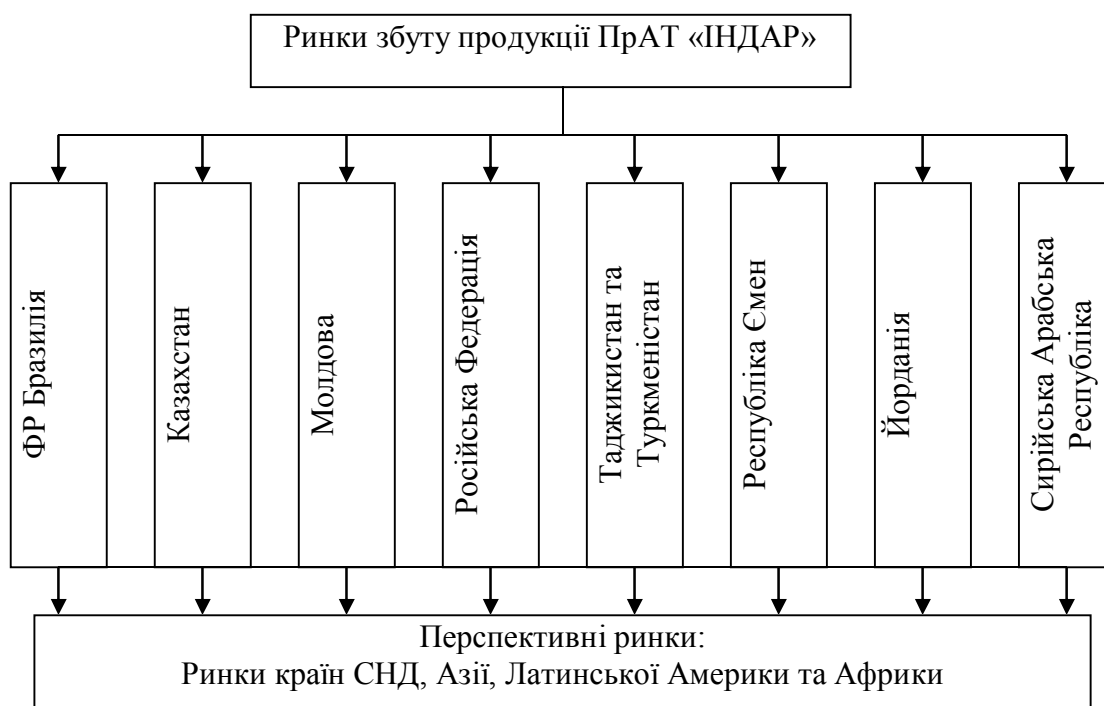


Рисунок 1 – Ринки збуту продукції ПрАТ «ІНДАР» станом на 01.01.2020 р.

Джерело: розроблено на основі [2]

До негативних аспектів в управлінні збутовою діяльністю ПрАТ «ІНДАР» належать значні обсяги дебіторської заборгованості та зниження ефективності збутової діяльності у 2019 році порівняно з показниками

попереднього року. Тому підприємство повинно вжити заходи для усунення негативних тенденцій з метою подальшого збільшення прибутковості та ефективності збутової діяльності. Найбільш доцільною стратегією розвитку збутової діяльності ПрАТ «ІНДАР» є розширення географії поставок фармацевтичної продукції за рахунок налагодження експорту інсулінів короткої та середньої тривалості дії.

Список використаних джерел:

1. Іванова З. О. Основні переваги та недоліки маркетингової політики стимулювання збуту продукції. *Вісник КНУТД: проблеми управління*. 2019. № 1 (131). С. 67-74.
2. Міжнародна діяльність : офіційний сайт ПрАТ «ІНДАР». URL : https://indar.com.ua/ua/international_activity
3. Фролова В. Ю. Специфіка маркетингового стратегічного аналізу фармацевтичних підприємств (на прикладі діяльності ПАТ «ФАРМАК», ЗАТ НВЦ «Борщагівський ХФЗ», ПАТ «ФІТОФАРМ», ПАТ «Луганський ХФЗ»). *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2012. № 3(19). С. 121-127.

УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИКОЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АГРОБІЗНЕСУ

В. Г. КУДЛАЙ, канд. екон. наук, доцент

Б. О. ПОНОМАРЕНКО, студент 5 курсу факультету економіки та управління
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Поряд із традиційними методами та інструментами ефективного розвитку підприємств агробізнесу посилюється роль та значення інноваційних інструментів господарювання, серед яких провідне місце займає логістика. Успіх підприємств агробізнесу в умовах невизначеності та високої турбулентності безпосередньо залежить від вміння гнучко реагувати на сучасні