

Price (ціна) представляє собою інструмент маркетингу, що формує ціну продукції для кінцевого споживача. До цього елемента належать: ціни для кінцевого споживача, для оптовика, позиціонування, знижки й умови платежу, умови видачі кредиту, прайс-лист.

Place (розподіл) представляє інструмент маркетингу, направлений на формування способів раціонального переміщення товарів від виробника до безпосереднього споживача продукції. До елемента включають: канали збуту, охоплення ринку, дилерська підтримка, щільність мережі збуту, час від оформлення до постачання, товарні запаси, транспорт.

Promotion (просування) являється інструментом маркетингу, що направлений на стимулювання попиту на продукцію виробника на ринку, де він діє. До елемента включається: торговий персонал, реклама, стимулювання, персональний продаж, виставки, політика відносно торгової марки.

Використання концепції маркетинг-міксу у маркетинговій діяльності підприємств дозволяє сформувати цільову комплексну програму, яка сприятиме реалізації системного підходу при здійсненні комплексного впливу на покупців і потенційних споживачів, а також при плануванні та управлінні цим процесом.

УДК 336.741.236.1

Вавринів С. - ст. гр. ПФмз-51

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

## **ПЛАНУВАННЯ ГРОШОВИХ ПОТОКІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ**

Науковий керівник: к.е.н., доц. Кудлак В.Я.

Vavryniv Sofia

*Ternopil Ivan Pului National Technical University*

## **CASH FLOW PLANNING AT THE ENTERPRISE IN TODAY'S ECONOMY**

Supervisor: Vitalij Kudlak

Ключові слова: міжнародна міграція робочої сили, трудова міграція.

Keywords: international labor migration, labor migration.

Однією з важливих проблем сучасного фінансового менеджменту є планування грошових потоків. Воно тісно пов'язане зі стратегічним плануванням фінансово-господарської діяльності підприємства.

Оскільки рух виробничих фондів опосередковується рухом грошей, то грошовий потік повинен бути прогнозованим. Тому, поряд з визначенням джерел надходження грошових ресурсів та напрямів їх використання за видами діяльності на плановий період (рік), необхідно визначити позитивні і негативні грошові потоки в розмірі окремих часових інтервалів планового періоду (рік, квартал, місяць, декада, дні) і збалансувати їх з таким розрахунком, щоб грошей було саме стільки, скільки їх потрібно в той чи інший момент.

Прогнозований рух грошових потоків досягається в процесі оперативного фінансового планування.

Оперативне фінансове планування - це комплекс заходів щодо забезпечення грошових надходжень, виконання грошових зобов'язань (платежів), поточного контролю та оперативного реагування на позитивний і негативний грошовий потік з метою їх оптимізації та уникнення неплатоспроможності підприємства.

Основною складовою оперативного фінансового планування є баланс грошових потоків. Він складається з метою прогнозування руху грошей в часовому вимірі (визначення потреби підприємства в грошах для досягнення поставлених завдань і джерел їх надходження в розрізі окремих часових інтервалів).

Баланс грошових потоків - це конкретизований прогноз грошових коштів за джерелами надходження і напрямками використання на певний відтинок часу. Ці передбачення повинні враховуватися при укладанні договорів як з покупцями (замовниками), так і постачальниками та іншими кредиторами.

Планування грошових потоків полягає у визначенні можливих джерел надходження коштів і напрямків їх витрати. Планування здійснюється в часовому аспекті: на рік(з розбивкою по кварталах), на квартал(з розбивкою по місяцях), на місяць (з розбивкою по декадах, або по тижнях).

Методика планування грошових потоків включає такі елементи:

- планування грошових надходжень за період;
- планування відсотку коштів;
- розрахунок чистого грошового потоку (надлишок +, нестача -);
- визначення загальної потреби в короткостроковому фінансуванні.

Вхідні грошові потоки підприємств за їхніми джерелами можна поділити на внутрішні та зовнішні. Коли кошти надходять з будь-яких джерел на самому підприємстві, вони належать до внутрішніх. Надходження коштів за рахунок ресурсів, які мобілізуються на фінансовому ринку, свідчить про використання зовнішніх джерел. Структура вхідних грошових потоків залежить від сфери діяльності та організаційно-правової форми підприємства. У країнах з розвинутою економікою 60-70% фінансових ресурсів надходить на підприємства за рахунок внутрішніх джерел.

Прогноз руху грошових потоків у фінансовому аспекті дещо наближений до плану доходів, витрат і прибутку, оскільки для його складання використовуються здебільшого ті самі вихідні дані. Проте в часовому вимірі вони є різними, оскільки грошові надходження і платежі в конкретному відтинку часу за абсолютною величиною не однакові: нерідко випрати передують грошовим надходженням, потрібне оперативне реагування з тим, щоб забезпечити ритмічну роботу підприємства і виконання плану прибутку.

Грошові надходження підприємств відіграють значну роль у процесі кругообігу коштів. Відшкодовуючи авансовані у виробництво вкладення, формуючи доходи і грошові фонди, вони створюють економічні умови для нового циклу виробництва і реалізації продукції, удосконалення та розширення власного господарства, збільшення власного капіталу.