

інвестування, що призводить до необхідності побудови нової моделі. Вирішення зазначених недоліків обумовлює необхідність проведення подальших більш поглиблених досліджень.

### *Література*

1. Активізація інвестиційної діяльності промислових підприємств в період розвитку економіки: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.02 [Електронний ресурс] / Є.Ю. Кузькін; Харк. держ. екон. ун-т. — Х., 2002. — 16 с. — укр.
2. Економіко-математичні моделі управління інвестиційним портфелем: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.03.02 [Електронний ресурс] / О.В. Пешко; Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. — К., 2000. — 19 с. — укр.
3. Економіко-математичне моделювання вибору варіанта функціонування фірми в умовах перехідного періоду економіки: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.03.02 [Електронний ресурс] / О.В. Кривда; НАН України. МОН України. Міжнар. наук.-навч. центр інформ. технологій та систем. — К., 2004. — 20 с. — укр.

*Морозова А.А., Матвійчук В.І.*

## **ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

В сучасних умовах у процесі діяльності підприємство не завжди здійснює розрахунки з іншими підприємствами або фізичними особами одночасно з передачею майна, виконанням робіт, наданням послуг тощо. У зв'язку з цим у нього виникає дебіторська заборгованість. Сьогодні в період глобальних змін в різних сферах діяльності суспільства питання дебіторської заборгованості є досить актуальним, адже фінансовий стан підприємства значною мірою залежить саме від наявності та ефективного управління цим видом заборгованості.

Згідно з П(С)БО 10 “Дебіторська заборгованість”, дебітори – це юридичні та фізичні особи, які внаслідок минулих подій заборгували підприємству певні суми грошових коштів, їх еквівалентів або інших активів. [2] Різке збільшення дебіторської заборгованості і її частки в оборотних активах може свідчити про необачну кредитну політику підприємства стосовно покупців, або про збільшення обсягу продажів, або про неплатоспроможність і банкрутство частини покупців. Скорочення дебіторської заборгованості оцінюється позитивно, якщо це відбувається за рахунок скорочення періоду її погашення. Якщо ж дебіторська заборгованість зменшується в зв'язку зі зменшенням реалізації продукції, то це свідчить про зниження ділової активності підприємства. [4]

Кредитна політика повинна бути чіткою і ясною, і так само обов'язковою для всіх структурних підрозділів підприємства. Вона повинна співвідноситися із законодавством, стандартами бухгалтерського обліку, політикою ціноутво-

рення. Вона повинна донести до всіх осіб, що беруть участь в процедурі кредитного контролю. [3]

Цілями ефективної кредитної політики є:

- 1) збільшення обсягів реалізації продукції в короткостроковому і довгостроковому періоді для досягнення необхідної прибутковості;
- 2) максимізація ефекту (доходу) від інвестування фінансових коштів в дебіторську заборгованість;
- 3) досягнення необхідної оборотності дебіторської заборгованості;
- 4) обмеження відносного зростання простроченої дебіторської заборгованості, зокрема сумнівної і безнадійної заборгованості в структурі дебіторської заборгованості.

Проблеми управління дебіторською заборгованістю, з якими стикаються підприємства, достатньо типові: [3]

- 1) немає достовірної інформації про терміни погашення зобов'язань компаніями-дебіторами;
- 2) не регламентована робота з простроченою дебіторською заборгованістю;
- 3) відсутні дані про зростання витрат, пов'язаних зі збільшенням розміру дебіторської заборгованості і часу її оборотності;
- 4) не проводиться оцінка кредитоспроможності покупців і ефективності комерційного кредитування;
- 5) функції збору грошових коштів, аналізу дебіторської заборгованості і ухвалення рішення про надання кредиту розподілені між різними підрозділами. При цьому не існує регламентів взаємодії і, як наслідок, відсутні відповідальні за кожен етап.

Для управління дебіторською заборгованістю необхідно: [1]

- контролювати стан розрахунків з покупцями при відстроченій (простроченій) заборгованості;
- по можливості орієнтуватися на більшу кількість покупців для зменшення ризику несплати одним або кількома великими покупцями;
- стежити за співвідношенням дебіторської та кредиторської заборгованості (значне перевищення дебіторської заборгованості створює загрозу фінансовій стійкості підприємства);
- використовувати метод надання знижок при довгостроковій оплаті та інше.

Сучасна практика фінансового менеджменту пропонує два способи управління дебіторською заборгованістю на підприємстві: самостійне управління і передача управління заборгованістю на аутсорсінг. [3] При самостійному управлінні заборгованістю використовуються виключно ресурси підприємства (трудові, фінансові, технічні). Для цього в організації можуть створюватися спеціалізовані служби: кредитні контролери, служби безпеки і т.п.

Аутсорсінг (зовнішнє управління) дозволяє доручити роботу із заборгованістю спеціалізованій організації. Переваги аутсорсінгу полягають у тому, що

він дає можливість підприємству ефективно вирішувати ті завдання, якими самостійно займатися або дорого, або неможливо через нестачу ресурсів. Це особливо актуально для малого і середнього бізнесу, утримувати і забезпечувати роботу спецпідрозділів під силу тільки крупним підприємствам.

Таким чином, несвоєчасність погашення дебіторської заборгованості призводить до виникнення платіжної кризи: зростання заборгованості за комерційним кредитом зумовлює збільшення попиту на короткострокові позики, скорочення їх пропозицій і зростання їхньої вартості. Це викликає необхідність розробки спеціальних управлінських заходів для умов конкретного промислового підприємства.

### *Література*

1. Василюк М.М. Механізм управління дебіторською заборгованістю в сучасних умовах. <http://www.nbuv.gov.ua/>
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 10 “Дебіторська заборгованість” : затв. наказом Міністерства фінансів України від 08.10.1999 р. № 237.
3. Прус Л.Р. Управління дебіторською заборгованістю суб'єктів господарювання. <http://www.nbuv.gov.ua/>
4. [http://www.rusnauka.com/12\\_KPSN\\_2010/Economics/63411.doc.htm](http://www.rusnauka.com/12_KPSN_2010/Economics/63411.doc.htm)

*Ніколайко О.В.*

## **ОПТИМІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

В умовах ринкової економіки успішність роботи підприємства здебільшого залежить від ефективного планування і, в першу чергу, від правильно обраної стратегії. Розробка стратегічних дій підприємства полягає у визначенні загального напрямку його діяльності, інтенсивно здійснюючи інноваційні процеси у всіх сферах своєї життєдіяльності, підприємства можуть досягти успіху в конкурентній боротьбі. Суть стратегії полягає у визначенні конкурентного вибору, який дозволяє підприємству не просто використовувати поточні можливості, що виникли, а концентрувати ресурси для вирішення пріоритетних завдань, що забезпечують переваги у суворо визначених та перспективно вигідних напрямках. Тому розробка та вибір певної стратегії для її втілення у життя є надзвичайно важливим питанням у діяльності підприємства, від якого може залежати не тільки успішна діяльність, а й взагалі існування підприємства.

Надзвичайно важливе місце в стратегічній діяльності підприємства посідає його маркетингова стратегія, яка формує ринкові стратегічні орієнтири.

Розробкою теоретичних, методичних і практичних основ формування стратегії розвитку підприємства в Україні займалися такі автори, як Герасимчук В.Г., Дикань В.Л., Іванілов ОС, Куденко Н.В. Наливайко А.ІХ, Осовська Г.В., Паєтухо-