

1. Блок визначення цільових орієнтирів. Включає в себе визначення місії та встановлення стратегічних цілей.

Таблиця 1. Розмежування стратегічного та довгострокового управління

Ознака	Стратегічне управління	Довгострокове управління
за відношенням до майбутнього	Майбутнє слабо залежить від минулого	Продовження минулих тенденцій
за фактором управління	Розвиток зовнішнього оточення і його вплив на підприємство	Розвиток підприємства

2. Аналітичний блок містить у собі стратегічний SWOT-аналіз.

3. Блок розроблення стратегії – це генерування стратегічних альтернатив, вибір стратегії, формування стратегічного плану та розроблення плану реалізації стратегії.

4. Блок реалізації стратегії складається з реалізації стратегії та досягнення стратегічних цілей.

Отже, стратегічне управління є невід'ємними компонентами успішного функціонування підприємства у довгостроковій перспективі.

Література

1. Костюк И.С. Стратегический менеджмент / И.С. Костюк: Краткий конспект лекцій. – Донецк: ДонНТУ, 2010. – 164 с.
2. Довгань Л.Є. Стратегічна стійкість у системі стратегічного управління підприємством / Л.Є. Довгань, Г.А. Мохонько [Електронний ресурс] // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – №11. – С. 115-122. – Режим доступу до журналу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/APE/2010_11/APE-2010-11/115-122.pdf.
3. Пастухова В.В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність: моногр. / В.В. Пастухова. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2002. – 302 с.
4. Циба Т.Є. Розвиток стратегічного управління підприємством / Т. Є. Циба [Електронний ресурс] // Науковий вісник Полтавського національного технічного університету ім. Ю. Кондратюка. – 2009. – №1. – С. 120-126. – Режим доступу до журналу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Eir/2009_1/120-126.pdf.
5. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: навч. посіб. / З.Є. Шершньова, С.В. Оборська – К.: КНЕУ, 1999. – 384 с.

Худякова Г.О.

Луганський національний аграрний університет

РОЛЬ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ

В умовах переходу до ринкових відносин ефективна діяльність агропромислового сектору економіки нашої держави цілком залежить від забезпеченості матеріальними, трудовими та фінансовими ресурсами усіх його сфер, що пов'язані з виробництвом сировини, її переробкою та реалізацією кінцевої продукції. Економічна криза, що спровокувала значне зниження обсягів виробництва, призвела до посилення міжгалузевого диспаритету, ринкового дисбалансу між попитом та пропозицією, суттєвого зменшення бюджетного кредитування та фінансування і, як наслідок, фінансовий потенціал багатьох аграрних підприємств суттєво погіршився. Однією ж з основних причин такого явища вважається швидка втрата власних оборотних активів більшістю аграрних підприємств, що призвело до різкого гальмування процесу виробництва. Різке зменшення обсягів оборотних активів в аграрному комплексі призвело до диспропорції між основними та оборотними фондами, що і стало основною причиною падіння обсягів та ефективності виробництва.

В сучасних умовах економічні результати діяльності підприємств перш за все залежать від раціонального та ефективного використання усіх елементів виробництва, в тому числі й

оборотних активів. Ціль управління оборотними активами полягає в обґрунтуванні обсягу та структури оборотних активів, джерел їх фінансування та співвідношення між ними, достатнього для забезпечення довгострокової виробничої та ефективної фінансової діяльності, а також не менш важливим є підтримка оборотних активів у тому розмірі, що оптимізує управління поточною діяльністю. Тому одним із ключових питань нормального функціонування аграрних підприємств є пошук можливостей для покращення формування та ефективного використання оборотних активів.

З цих позицій вище сформульована цільова установка має стратегічний характер; не менш важливим є підтримання оборотного капіталу у такому розмірі, що оптимізує управління поточною господарською діяльністю. Найважливішою фінансово-господарською характеристикою підприємства, як вважає більшість теоретиків та практиків, є його ліквідність, тобто можливість «звернути активи в готівку і погасити свої платіжні зобов'язання» [1]. Для будь-якого підприємства, а особливо аграрного, достатній рівень ліквідності є однією з найважливіших характеристик стабільності виробничо-господарської діяльності. Втрата ліквідності небезпечна не тільки додатковими витратами, а й періодичними зупинками, тобто простоем виробничого процесу.

За досить низького рівня оборотних активів виробнича діяльність не підтримується належним чином, звідси можлива втрата ліквідності, періодичні збої в роботі і низький прибуток. При відносно оптимальному рівні оборотних активів прибуток стає максимальним. Подальше підвищення величини оборотних активів призведе до того, що підприємство буде мати в розпорядженні тимчасово вільні, бездіяльні поточні активи, а також зайві витрати фінансування, що призведе до зменшення прибутку [2].

У процесі прийняття рішень керівництво аграрних підприємств повинно пам'ятати:

- ліквідність та платоспроможність є характеристиками ритмічності та стабільності поточної господарської діяльності;
- будь-які операції суттєво впливають на рівень платоспроможності та ліквідності;
- на платоспроможність будь-якого підприємства безпосередньо впливає ступінь ліквідності його оборотних активів;
- платоспроможність підприємства визначається структурою та якісним складом оборотних активів, а також швидкістю їх обороту та відповідністю швидкості обороту короткострокових зобов'язань;
- рішення, що прийняті відповідно до обраної політики управління оборотними активами та джерелами їх покриття безпосередньо впливають на платоспроможність.

Таким чином, стратегія і тактика управління оборотними активами повинна забезпечити пошук компромісу між ризиком втрати ліквідності та ефективністю роботи. Це зводиться до вирішення двох важливих завдань:

1. Забезпечення платоспроможності. Така умова відсутня, якщо підприємство не в змозі оплачувати рахунки, виконувати зобов'язання і, можливо, оголосить про банкрутство. Підприємство, яке не має достатнього рівня оборотних активів, може зіткнутися з ризиком неплатоспроможності.

2. Забезпечення прийнятної обсягу, структури та рентабельності активів. Відомо, що не всі рівні різних поточних активів по-різному впливають на прибуток. Наприклад, високий рівень виробничо-матеріальних запасів потребує відповідно значних поточних витрат, у той час як широкий асортимент готової продукції може сприяти підвищенню обсягів реалізації і збільшенню доходів. Кожне рішення, пов'язане з визначенням рівня наявних грошових коштів, дебіторської заборгованості і виробничих запасів, повинно бути розглянуте як з позиції рентабельності даного виду активів, так і з позиції оптимальної структури оборотних засобів [3].

У теорії фінансового менеджменту розроблені різні варіанти ефективного управління оборотними активами та джерелами їх формування. Основними з них є:

1. Мінімізація поточної кредиторської заборгованості. Цей підхід скорочує можливість втрати ліквідності. Однак така стратегія вимагає використання довгострокових джерел та

власного капіталу для фінансування значної частини оборотних активів.

2. Мінімізація сукупних витрат фінансування. У цьому випадку ставка робиться на переважне використання короткострокової кредиторської заборгованості як основного джерела покриття активів. Це джерело є найдешевшим, разом з тим для нього характерний високий рівень ризику невиконання зобов'язань на відміну від ситуації, коли фінансування оборотних активів здійснюється переважно за рахунок довгострокових джерел.

3. Максимізація повної вартості фірми. Ця стратегія включає процес управління оборотними активами в загальну фінансову стратегію фірми. Її суть полягає в тому, що будь-які рішення в області управління оборотними активами, що сприяють підвищенню економічної вартості підприємства, слід визнати доцільними.

Розроблені в теорії фінансового управління моделі фінансування оборотних активів, з одного боку, виходять з того, що політика управління ними повинна забезпечити пошук компромісу між ризиком втрати ліквідності, платоспроможності та ефективністю діяльності, з іншого боку, при підборі джерел фінансування приймається рішення, що враховує термін їх залучення і витрати за використання.

Література

1. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Савицкая Г.В. – М.: Инфра-М, 2009. – 536 с.
2. Хохлов В.В. Особенности управления оборотным капиталом российских предприятий / Хохлов В.В. – М.: Высшая школа, 2001. – 134 с.
3. Учет, анализ и финансы в организациях АПК: состояние и пути совершенствования: материалы междунар. науч.-практ. конф. / Белорус. гос. сельскохоз. академия. – Горки: Белорус. гос. сельскохоз. Академия, 2007. – 300 с.

Циганок К.В., Сердюк І.В., Лізунова Є.М., к.е.н., доц.

Красноармійський індустріальний інститут ДВНЗ "ДонНТУ"

РОЗВИТОК ВЕНДІНГ-БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Оскільки, останнім часом в Україні легка промисловість розвинена трохи більше, ніж важка, багато бізнесменів будують свою справу на продажі продуктів харчування, косметики та інших товарів, в яких існує щоденна або просто часта потреба. Такі товари розкупаються швидко і на них можна зробити прибуток, вклавши невелику суму, купуючи товари оптом. Наведено декілька цифр, які показують, наскільки сильні позиції автоматичної торгівлі у світі. По-перше: кількість автоматів встановлених у світі перевищує 20 мільйонів і стабільно зростає. По-друге: обіг коштів у світовий вендинговій торгівлі становить 174 мільярда доларів США і, також постійно збільшується. Таким чином розгляд перспектив розвитку вендингового бізнесу є актуальним.

Мета роботи – показати розвиток нового напрямку вендінг-бізнесу в Україні, надати причини популярності вендінг-бізнесу, розкрити особливості розвитку в Україні.

Вендінг – це один із видів роздрібною торгівлі, який має на увазі продаж товарів і послуг за допомогою автоматизованих систем (торговельних автоматів або терміналів). При цьому, вендор не витрачає кошти на обслуговуючий персонал, а лише на оренду автоматів, а також на витратні матеріали та продукцію [1]. Вендингові автомати – це не тільки торгові машини, які продають товари без участі людини, це також автомати, які можуть надавати послуги. Наприклад поповнення рахунку, кредитних карт, банкомати, автомати, які роблять манікюр або масаж.

Вендінг почав свій розвиток на початку ХХ століття, а саме у 1901 р. почалося серійне виробництво автоматів для продажу продуктів харчування. В 1921 р. автомати навчилися продавати сигарети, а з середини 1930-х з'явилися автомати, що продавали прохолодні напої у пляшках. Перші торгові автомати, якими користувалися всі були у СРСР де основним за поширенням видом вендінгу був продаж газованої води. Автомати були надзвичайно прості в управлінні та дозволяли вибирати вид напою – з сиропом або без. Обсяг вендингового ринку в СРСР був досить великий – тільки в столиці України Києві було встановлено більше