

Література

1. Близнюк С. В. Маркетинг в Україні: проблеми становлення та розвитку. – 2 – ге вид., випр. і доп. – К.:ІВЦ «Видавництво «Політехніка»», 2009. – 400 с.
2. Борисенко Т. Е., Баринов С. Б. Решающий фактор успеха в бизнесе — эффективное применение маркетинговых исследований [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.marketing-ua.com/articles.php?articleId=2549>
3. Важинський Ф. А., Колодійчук А. В. Маркетингові дослідження в системі управління конкурентоспроможністю підприємств // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19.1 – С. 125 – 130 [Електронний ресурс]. – Режим доступа: http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnlntu/19_1/125_Wazhynski_19_1.pdf
4. Нянько В. М. Сутність, значення та місце маркетингових досліджень у системі маркетингу машинобудівних підприємств // Сталий розвиток економіки Всеукраїнський науково – виробничий журнал. - 2010 - №1 – С. 135 – 139 [Електронний ресурс]. – Режим доступа: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/sre/2010_1/135.pdf
5. Павленко А. Ф., Войчак А. В. Маркетинг: Підручник. – К.: КНЕУ, 2003. – 246 с.
6. Погребняк Л. Маркетингові дослідження як основа вибору виробничої орієнтації [Електронний ресурс]. – Режим доступа: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ae/2009_3-4/pdf/09plxroc.pdf
7. Інтернет – ресурс Маркетинг [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Маркетинг#>

Лизунова О.М., Вискребець О.В., Коновалова А.О.

УПРАВЛІННЯ ПРОБЛЕМАМИ ПОКРАЩЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Однією із самих актуальних проблем підприємств України сьогодні є нестача оборотних коштів та незадовільна структура капіталу. Це означає, що зміцнення їх фінансового стану є одним з найважливіших завдань, від вирішення якого залежить ефективність функціонування підприємства у цілому. Своєчасна розробка та впровадження системи заходів, спрямованих на поліпшення фінансового стану дозволить підприємствам посилити платоспроможність, прибутковість, фінансовий та майновий потенціал. Метою статті є розробка практичних рекомендацій щодо напрямів покращення фінансового стану сучасних підприємств України.

Вивченню методології оцінки фінансового стану підприємств і елементам, що забезпечують фінансову стійкість, платоспроможність, ділову активність і надійність підприємства, присвячені наукові дослідження В.М. Івахненко, В.І. Іващенко, М.А. Болюх, В.М. Ячменевої, Т.Г. Бень, С.Б. Довбня, М.Д. Білик та ін. Незважаючи на відмінності в підходах до визначення фінансового стану підприємств і способам його оцінки, можна стверджувати, що це одна з найважли-

віших характеристик підприємства, стабільність його діяльності, що забезпечується з позиції довгострокової перспективи.

Відомі дослідження говорять, що фінансовий стан – це складна, інтегрована за багатьма показниками характеристика діяльності підприємства в певному періоді, що відображає ступінь забезпеченості підприємства фінансовими ресурсами, раціональності їх розміщення, забезпеченості власними оборотними коштами для своєчасного проведення грошових розрахунків за своїми зобов'язаннями та здійснення ефективної господарської діяльності в майбутньому [6].

В.М. Івахненко дає визначення: «Фінансовий стан – це результат фінансово-виробничої діяльності. Він характеризується розміром засобів підприємства, їх розміщенням і джерелами». А на думку І.М. Бойчика, «фінансовий стан – це спроможність підприємства вести господарську діяльність на основі своєчасного погашення усіх видів заборгованості, раціональної структури капіталу і господарських засобів».

Головною передумовою стійкого фінансового стану підприємства є ритмічний випуск і реалізація високоякісної продукції. Зазвичай, чим вищі показники обсягу виробництва і реалізації продукції, робіт, послуг і нижча їх собівартість, тим вища прибутковість підприємства, що позитивно впливає на його фінансовий стан. Зниження собівартості продукції дозволяє підприємствам бути конкурентоспроможними на ринку збуту. Тому підприємства, які мають всі можливості до ефективного розвитку своєї діяльності активно збільшують ці показники. Проте стрімке розширення обсягів виробництва продукції часто призводить до того, що грошові кошти на розрахунковому рахунку потребують свого поповнення.

Недостатня кількість високоліквідних коштів призводить до того, що підприємства не можуть розрахуватися з контрагентами, тобто втрачають платоспроможність, що в свою чергу знижує їх конкурентоспроможність. Це означає, що лише збільшення коефіцієнту абсолютної ліквідності дозволить підприємствам оформляти довгострокові позики в банку для фінансування поточної діяльності. Збільшення грошових коштів можна забезпечити за рахунок реалізації зайвих виробничих і невиробничих фондів, здачі їх в оренду, виробництва і розробки нових видів продукції, продажу деяких застарілих основних фондів.

Покращенню фінансового стану підприємств сприятиме зменшення питомої ваги постійних витрат у собівартості продукції. Скорочення витрат – дієвий інструмент стабілізації фінансового стану підприємства, оскільки сприяє підвищенню рентабельності продажів і надходженню коштів. У рамках цього потрібно використовувати нормування всіх статей витрат, контроль виконання встановлених нормативів та контроль всіх видів альтернативних витрат (таких як використання Інтернету, телефонного зв'язку, оргтехніки в особистих цілях і інші витрати, яких можна уникнути).

Другим важливим фактором, який впливає на реальну вартість, а отже і на необхідну загальну кількість всіх високоліквідних оборотних коштів для діяльності виробництва, є темпи інфляції грошей [6, с. 3]. Фінансово-економічна криза 2008 року в Україні, а саме проблеми інфляції, неможливості забезпечен-

ня належного рівня банківського кредитування негативно вплинули на розвиток підприємств. Не всі підприємства були спроможні самостійно відтворювати та підтримувати необхідний для їх господарської діяльності рівень високоліквідних оборотних коштів. За таких умов лише економічна інтеграція підприємств забезпечує стабільний розвиток певної галузі національного господарства.

Фінансовий стан підприємства визначається раціональним розміщенням основних і оборотних засобів (власних і позикових). Проте досвід підприємств України вказує на те, що доволі часто значна частина майна характеризується тривалим терміном використання і відповідно тривалим періодом окупності. При цьому сума поточних зобов'язань перевищує величину поточних активів. Крім того, у складі дебіторської заборгованості є сумнівна заборгованість, а зростання позикового капіталу відбувається за рахунок короткострокових кредитів банку. Залучення позикових коштів у такому випадку вже не є доцільним. Це означає, що прискорення оборотності оборотних коштів є одним з важливих завдань підприємств.

Вирішення цього завдання потребує забезпечення економії матеріальних ресурсів – збільшення виходу кінцевої продукції з незмінної кількості сировини і матеріалів, яке залежить від технічного оснащення виробництва, рівня майстерності працівників та організації матеріально-технічного забезпечення, кількості норм витрат і запасів матеріальних ресурсів. Пошук резервів економії матеріальних ресурсів передбачає розробку виробничо-технічних й організаційно-економічних заходів.

Актуальним питанням для підприємств України залишається проблема управління дебіторською заборгованістю. Сьогодні існують різні методи управління дебіторською заборгованістю, такі як надання знижок за дострокової оплати, факторинг, овердрафт, облік векселів, розширення кола споживачів, здійснення контролю за станом рахунків з покупцями.

Факторинг (від англ. Factoring – посередник) – фінансова комісійна операція, при якій клієнт передає дебіторську заборгованість факторинговій компанії з метою миттєвого отримання більшої частини платежу, гарантії повного погашення заборгованості, зниження витрат стосовно ведення рахунків. Як правило клієнт є постачальником, який віддає факторинговій компанії право на отримання платежу за товари або послуги. Факторингова компанія відразу виплачує клієнту від 70% до 90% потрібних йому грошей у виді кредиту, а залишок (за вирахуванням оплати за факторингові послуги) перераховують після стягнення всього боргу. За офіційними даними [10] мінімальна ставка за надання послуги факторингу на 24 грудня 2010 року складала 12,25% річних. Сьогодні в Україні факторингове фінансування готові надавати п'ять банків: Укрексімбанк, Райффайзен Банк Аваль, Укрсоцбанк, ОТП Банк, Сведбанк.

Важливим напрямом покращення фінансового стану підприємства є прогнозування. Оперування різночасними даними та інформацією про можливі зміни фінансового стану дають змогу керівництву активно впливати на формування показників господарської і фінансової діяльності.

Висновки. Напрямами покращення фінансового стану підприємства:

- зниження собівартості продукції дозволить підприємству бути конкурентоспроможним на ринку збуту, що можливе за рахунок впровадження нової техніки, технологій, більш раціонального використання матеріальних і трудових ресурсів, зменшення питомої ваги постійних витрат в собівартості продукції.

- збільшення грошових коштів на розрахунковому рахунку підприємства збільшить коефіцієнт абсолютної ліквідності і дозволить підприємству оформляти довго і короткострокові позики в банку для фінансування поточної діяльності. Збільшення грошових коштів можна забезпечити за рахунок реалізації зайвих виробничих і невиробничих фондів, здачі їх в оренду, виробництво і розробка нових видів продукції, продаж деяких застарілих основних фондів.

Вирішення поставлених у статті завдань дозволить вдосконалити оцінку фінансового стану підприємств та покращити його показники.

Література

1. Бутенко О.І. Деякі особливості овердрафтного кредитування / О.І. Бутенко // Українська наука в мережі Інтернет [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://intkonf.org/ken-butenko-oideyaki-osoblivosti-overdraftnogo-kredituvannya/>
2. Євдокімов Ф.І. До проблеми оцінки ефективності інтеграції промислових підприємств / Ф.І. Євдокімов, Н.В. Розумна // Економіка промисловості. – 2007. – № 1 (36). – С. 139–145.
3. Лановик Б.Д. Економічна історія: Курс лекцій. – 6-те вид., стер. / Б.Д. Лановик, – К.: Вікар, 2006. – 405 с. – (Вища освіта ХХІ століття).
4. Лук'яненко Д.Г. Економічна інтеграція і глобальні проблеми сучасності: Навч. посіб. / Д.Г. Лук'яненко. – К.: КНЕУ, 2005. – 204 с.
5. Осадчук Н.В. Удосконалення управління високоліквідними оборотними коштами підприємств хлібопекарської промисловості: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.07.01 / Н.В. Осадчук; НАН України. Ін-т пробл. ринку та екон.-екол. дослідж. – Одеса, 2005.– 20с.
6. Федулова Л.І. Інституційні особливості сучасної корпорації / Л.І. Федулова // Наукові праці ДонНТУ. Серія: економічна. – 2006. – Вип. 103-2. – С. 130-136.

Лизунова О.М., Лихацька О.В., Левченко Р.В.

ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГУ НА УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

З розвитком ринкової економіки України виникає необхідність появи нового підходу до управління виробництвом та збутом продукції підприємства. Таким підходом, що забезпечує досконаліші способи виробничої і комерційної діяльності, здійснення їх на якісно новому рівні, визнано принципи маркетингового управління підприємством. Використання маркетингу на підприємстві забезпечує задоволення потреб ринку, прискорення товароруку і збільшення прибутковості виробництва. Тому проблеми впровадження маркетингу є актуальним для українських підприємств.