

плинності орендарів, коефіцієнт наповненості, частка надання знижок орендарями покупцям у процесі здійснення спільних для торгово-розважального центру програм.

Висновки

Розвиток економіки сприятиме розвитку торгівлі. Підприємства торгівлі мають удосконалювати свою діяльність для отримання прибутків та підвищення лояльності споживачів, кращого задоволення потреб населення.

З метою формування маркетингових планів позиціонування торгових центрів запропоновано використовувати систему показників інтегральної оцінки конкурентоспроможності торгових центрів на засадах попередньо проведених маркетингових досліджень відвідувачів торгових центрів, експертних опитувань, результатів та планів економічної діяльності.

Формування переліку оціночних показників конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств є найбільш складним етапом роботи, оскільки це питання залишається дискусійним через неможливість своєчасного отримання релевантної інформації.

Заходи подальшої підтримки конкурентоспроможності, використання соціально-етичного маркетингу, збереження завойованих позицій (таргетоване позиціонування), прогнозування динаміки показників конкурентоспроможності дозволяє передбачати досягнення підприємствами високого рейтингу.

Довготривала конкурентоспроможність обумовлюється отриманням конкурентних переваг на ринку в призначений час, що забезпечуються результативним використанням ресурсів (фінансових, маркетингових, інформаційних, кадрових, технічних, організаційно-управлінських), маркетингової спрямованістю і високим стратегічним потенціалом підприємства.

Комплексний підхід до визначення рівня конкурентоспроможності торгово-розважального комплексу на основі системи оцінювання трьох груп ознак є найбільш об'єктивним, оскільки враховує не тільки власне уявлення про досягнутий рівень конкурентоспроможності, а й реальне відображення конкурентних зусиль підприємства на ринку, результатом якого є виразне сприйняття споживачами якості обслуговування в торгових центрах. Подальші дослідження в цьому напрямі вимагають обґрунтування контрольних показників та коефіцієнтів для коректного порівняння груп підприємств торгівлі.

З метою забезпечення конкурентоспроможності торговельних підприємств необхідно впровадження та вико-

ристання програм стратегічного маркетингу, які є основою створення і реалізації конкурентних переваг різноманітних торгових об'єктів.

Запозичення досвіду зарубіжних торгових центрів вимагає адаптації, а не копіювання маркетингових заходів, тому маркетологи торгових підприємств потребують сучасних наукових обґрунтованих рекомендацій, що сприятимуть диференціації торгово-розважальних центрів і підвищенню лояльності споживачів.

Список використаних джерел

1. Берман Б., Эванс Дж. Розничная торговля: стратегический подход. 8-е издание, Издательский дом «Вильямс», 2003. – 1184 с.
2. Управление розничным маркетингом / Под редакцией Гилберта. Пер. с англ. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 571 с.
3. Ламбен Ж.Ж., Чумпитас Р., Шулинг И. Менеджмент, ориентированный на рынок. 2-е изд. / Пер.с англ. – СПб.: Питер, 2010. – 720 с.
4. Котлер Ф. Маркетинговый менеджмент: підручник / Котлер Ф., Келлер К.Л., Павленко А.Ф. – К.: Видавництво «Хімджест», 2008. – 720 с.
5. Електронний ресурс – The Good Country Index, Режим доступу: <http://www.goodcountry.org/>
6. Електронний ресурс – Компанія DTZ a UGL – Режим доступу: http://www.dtz.com/Ukraine/Media_Centre/Latest_news/Property+Times+2013+Q4+Uncertainty+or+opportunity – Назва з екрану.
7. Електронний ресурс Ліга.net. Режим доступу: <http://biz.liga.net/all/nedvizhivost/novosti/2794478-v-kiieve-perenositsya-otkrytie-novykh-torgovykh-tsentrov.htm> – Назва з екрану].
8. Електронний ресурс – Організація з проведення досліджень GfK, Режим доступу: gfk.com.ua
9. Електронний ресурс – Компанія UTG Украинская Торговая Гильдия. Режим доступу: <http://utgcompany.com/info/6477>
10. Електронний ресурс – Компанія DTZ a UGL – Режим доступу: http://www.dtz.com/Ukraine/Media_Centre/Latest_news/Property+Times+2013+Q4+Uncertainty+or+opportunity#sthash.KQ243OaA.dpuf
11. Електронний ресурс – EASTERN EUROPE RESEARCH SHOPPING CENTRES DYNAMICS Режим доступу: <http://www.colliers.com/-/media/>
12. Електронний ресурс – E-FINANCE – Финансовые новости. Режим доступу: <http://e-finance.com.ua/show/178529.html>
13. Энджел Д. Поведение потребителей. – СПб: Питер Ком, 1999 – 768 с.
14. Електронний ресурс kiev.karavan.com.ua

Л.С. СЕЛІВЕРСТОВА,
д.е.н., доцент, професор кафедри менеджменту сфери послуг, Київський національний університет технологій та дизайну

Формування кредитної політики підприємства

У статті запропоновано авторській підхід до формування кредитної політики підприємства. Виділено основні етапи проведення кредитної політики з урахуванням життєвого циклу дебіторської заборгованості.

Ключові слова: підприємство, кредитна політика, дебіторська заборгованість.

Л.С. СЕЛІВЕРСТОВА,
д.э.н., доцент, профессор кафедры менеджмента сферы услуг, Киевский национальный университет технологий и дизайна

Формирование кредитной политики предприятия

В статье предложен авторский подход к формированию кредитной политики предприятия. Выделены основные этапы проведения кредитной политики с учетом жизненного цикла дебиторской задолженности.

Ключевые слова: предприятие, кредитная политика, дебиторская задолженность.

Formation of the company's credit policy

In this article the author's approach to building the credit policy of the company. The basic stages of the credit policy, taking in to account the lifecycle of accounts receivable.

Keywords: business, credit policy, trade receivables.

Постановка завдання. Проблема становлення української національної системи фінансово-кредитних відносин є основоположною у сфері економічного реформування держави, їх роль на сучасному етапі зростає, оскільки відбувається зростання фінансового сектора, до змін якого особливо чутливими є перехідні економіки.

Виконання кредитом ряду суспільно-важливих функцій дає можливість йому відігравати значну і багатогранну роль в економіці України. Відомо, що кредит об'єктивно служить необхідним джерелом формування основних та оборотних коштів господарюючих суб'єктів, тобто використання кредиту, поряд із власними коштами, є звичайним явищем у діяльності підприємств. Сьогодні кредит починає відігравати значну роль у переорієнтації виробництва на суспільні потреби – на збільшення випуску товарів народного споживання та обсягу послуг, які надаються населенню.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Основи та принципи управління кредитною політикою корпорацій представлені у працях зарубіжних науковців: С.Г. Брунгільда [1], Н. Бахрушина [2], В.А. Волнина, В. Хазанової [5], П. Хитрое [6], М.Ю. Хромова [7].

Необхідність розв'язання теоретико-методологічних, організаційних, практичних проблем системи управління кредитною діяльністю вітчизняних корпорацій та її подальше реформування розглядалося у працях вітчизняних вчених: В. Андрущенко, М. Білик, О. Білоусової, І. Бланка, В. Суторміної [3], О. Терещенко [4].

Як важливий елемент оборотних активів підприємства дебіторська заборгованість впливає на фінансові показники: оборотність і рентабельність, ліквідність і платоспроможність, фінансову та ринкову стійкість, тривалість операційного та фінансового циклу. Дилема, з якою стикається менеджмент підприємств: з одного боку, бажання продавати продукцію за передплатою з метою скорочення фінансового циклу і швидкого повернення коштів за відвантаженою готовою продукцією, що, своєю чергою, може негативно впливати на багатьох потенційних клієнтів, з іншого – прагнення розширити обсяги продажів за рахунок надання пільгових умов оплати, що може призвести до скорочення власних оборотних коштів і додатковим операційним витратам унаслідок необхідності залучення позикових коштів, – не настільки очевидна. У кінцевому рахунку всі дії менеджменту мають бути орієнтовані на забезпечення фінансової стійкості підприємства, зростання його ринкової вартості, що створює необхідність формувати систему цілей і оцінювати ефективність кредитної політики саме з цієї точки зору.

Мета статті. Актуальним завданням підприємств є забезпечення мобільності кредиту, за допомогою якого швидко перерозподіляються ресурси загального характеру – гроші, що дає можливість у стислі строки здійснити переорієнтацію виробництва та оздоровити економіку.

Надзвичайно важливим сьогодні є правове забезпечення ролі кредиту у використанні досягнень науково-технічного прогресу: в технічному переоснащенні або реконструкції діючих підприємств і впровадженні прогресивної техніки на нових підприємствах, що потребує значних коштів. Особливо це стало відчутним в умовах переходу до ринкової економіки. Механізм безповоротного виділення на капітальні вкладення бюджетних чи відомчих асигнувань відійшов у минуле. Головним інструментом у таких умовах може бути лише кредит, особливо так званий ризиковий (венчурний), що функціонує переважно поряд із державною допомогою. Кредит є важливим джерелом фінансування капітальних вкладень. Націлене на виробничий процес довгострокове кредитування виступає як одна з форм інвестицій в економіку країни. Безперервність і достатність цих інвестицій – обов'язкові для нормального функціонування економіки. Ефективність кредитних важелів перспективного розвитку науково-технічного прогресу визначається кредитною політикою. Для реалізації інвестиційної програми необхідно здійснювати пріоритетне кредитування проектів, спрямованих на стимулювання науково-технічного прогресу. Однак в умовах інфляції можливості кредиту в стимулюванні останнього різко зменшуються, оскільки зростають межі запровадження нової техніки внаслідок її значного подорожчання, і можливі строки надання кредиту значно менші, ніж період окупності капітальних витрат.

Стабілізація економіки і зростання конкурентної боротьби між підприємствами, що виробляють аналогічну продукцію, обумовлює необхідність переходу від інтуїтивної кредитної політики до чіткої формалізації її принципів, механізмів та процедур.

Виклад основного матеріалу. Кредитна політика є важливим інструментом у системі управління підприємствами, що надає можливість для підвищення їхньої конкурентоспроможності, капіталізації активів, зростання інвестиційної привабливості. Підвищення якісного рівня формування кредитної політики передбачає розробку алгоритму оцінки покупців і визначення індивідуальних умов кредитування; розмежування повноважень між різними підрозділами, залученими в процес управління дебіторською заборгованістю.

Будь-яке підприємство у структурі своїх поточних активів має дебіторську заборгованість, розмір якої найчастіше значний. Конкуренція і прагнення до збільшення обсягів реалізації змушують компанії застосовувати товарний (комерційний) кредит, тобто продавати свою продукцію з відстрочкою платежу. Однак надмірне прагнення до розширення ринку збуту із застосуванням такого способу продажу може спровокувати неконтрольоване зростання дебіторської заборгованості і зниження ліквідності. При цьому підприємство ризикує стати неплатоспроможним через дефіцит коштів. Адже у нього є власні зобов'язання перед постачальниками товарів та послуг.

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Для підприємства надання безвідсоткового товарного кредиту покупцям має сенс тільки тоді, коли вигода від продажу з відстрочкою платежу буде хоча б не менше витрат на такий кредит. Контроль і управління дебіторською заборгованістю можуть позбавити підприємство зазначених проблем, а отже підвищити економічне виживання у складному світі бізнесу.

Сама по собі дебіторська заборгованість має не тільки негативні сторони, а й позитивні. Її наявність свідчить про привабливість та конкурентоспроможність продукції, дозволяє залучити покупців, у тому числі тих, які зазнають фінансових труднощів. Однак дефіцит коштів, відволікання фінансових ресурсів підприємства і ризику виникнення безнадійної дебіторської заборгованості є значно вагомішими.

Головне завдання керівників полягає у побудові такої системи прийняття рішень, яка дозволила б оцінювати і порівнювати вигоди та ризики при укладанні угод із відстрочкою платежу. Тому для досягнення оптимальної величини дебіторської заборгованості та забезпечення своєчасного її погашення розробляється і регулярно переглядається кредитна політика компанії. Вона повинна відповідати стратегії розвитку підприємства і передбачати вирішення головних завдань: яким контрагентам можна надавати товарний кредит, а яким небажано; на яких умовах і на який термін надається такий кредит; який порядок вилучення дебіторської заборгованості.

Політика управління дебіторською заборгованістю є однією зі складових управління обіговими активами підприємств та спрямована на оптимізацію розмірів, термінів погашення та підвищення якості дебіторської заборгованості.

Управління дебіторською заборгованістю здійснюється за допомогою розробки кредитної політики, а саме вирішення питання про те, кому надавати товарний кредит, на яких умовах і на який термін. Грамотно розроблена кредитна політика дозволяє максимізувати грошовий потік і компенсувати ризик, прийнятий на себе корпорацією, що в кінцевому підсумку підвищує її вартість і добробут акціонерів.

Кредитна політика передбачає вирішення таких важливих питань: про визначення терміну надання кредиту – період часу, протягом якого дебітором представляється відстрочка платежу; про стандарти кредитоспроможності – визначення кредитного рейтингу покупця і розміри допустимих сум кредиту; про систему збору платежів – політика і процедура витребування дебіторської заборгованості, показники, що відображають порушення в оплаті; про знижки, що представляються за швидку оплату, – розмір знижок і період, протягом якого ними можна скористатися.

Для того щоб вирішити ці питання та розробити кредитну політику, адекватну обраній стратегії розвитку підприємства, необхідно проаналізувати існуючу дебіторську заборгованість за термінами виникнення та з позиції платіжної дисципліни і по оборотності; визначити можливий обсяг грошових коштів, що направляється на фінансування дебіторської заборгованості та зміну прибутку підприємства за різних умов кредитування; сформувані стандарти визначення кредитного рейтингу клієнтів; виробити критерії надання кредитів; забезпечити використання сучасних кредитних інструментів; забезпечити контроль виконання кредитної політики та впровадження в систему мотивації менеджерів складових, пов'язаних з оплатою реалізованих товарів.

Кредитна політика має включати в себе: правила сегментування типів замовників і правила роботи з кожним сегментом; розподіл всередині підприємства і робіт по взаємодії з боржниками; процедуру стягнення боргів внутрішніми силами; опис ситуацій, при яких борг передається для стягнення колекторському агентству; опис ситуацій, при яких на боржника подають до суду.

Мета кредитної політики повинна узгоджуватися зі стратегією розвитку підприємства. Як правило, метою може бути збільшення обсягу продажів і прибутковості активів підприємства з одночасним скороченням ризику неплатоспроможності.

Метою кредитної політики може стати вибудовування надійних довгострокових відносин із покупцями і такий рівень заборгованості, який не загрожує цим відносинам.

Політику управління дебіторською заборгованістю пропонується розглядати у розрізі таких етапів її розробки:

1. Оптимізація обсягів формування дебіторської заборгованості забезпечується управлінням термінами платежів та формами розрахунків підприємств із постачальниками товарів та споживачами продукції.

Залежно від терміну платежу щодо отримання товарів від постачальника або реалізації споживачеві можуть використовуватися такі умови оплати:

- застосування попередньої оплати – повної або часткової;
- оплата за фактом постачання або отримання платіжних документів;
- оплата з відстрочкою платні.

2. Формування сприятливих для підприємства термінів оплати передбачає:

- при закупівлі товарів – мінімізацію обсягів авансової оплати та оплати за фактом постачання товарів та максимізацію обсягів закупівлі товарів на умовах відстрочки платні (комерційного кредиту);
- при реалізації товарів – мінімізація обсягів реалізації товарів на умовах комерційного та споживчого кредиту.

3. Використання умов оплати, які призводять до утворення дебіторської заборгованості, ефективні для підприємств тільки у разі збільшення за рахунок цього обсягів реалізації товарів, зростання конкурентних переваг, збільшення кола постачальників та забезпечення більш партнерських відносин з ними.

4. Доцільність коштів у дебіторській заборгованості визначається порівнянням додаткових доходів та додаткових витрат підприємств, пов'язаних з її утворенням.

Джерелом додаткових доходів підприємств від надання комерційного або споживчого кредиту є зростання обсягів реалізації товарів.

Виходячи з цього як мету кредитної політики необхідно розглядати забезпечення якості дебіторської заборгованості, її ринкової вартості, підвищення поточних доходів, прибутковості та ринкової вартості бізнесу підприємства. Досягнення цієї мети може бути реалізовано через підвищення конкурентоспроможності та ділової репутації бізнесу, його капіталізації та інвестиційної привабливості.

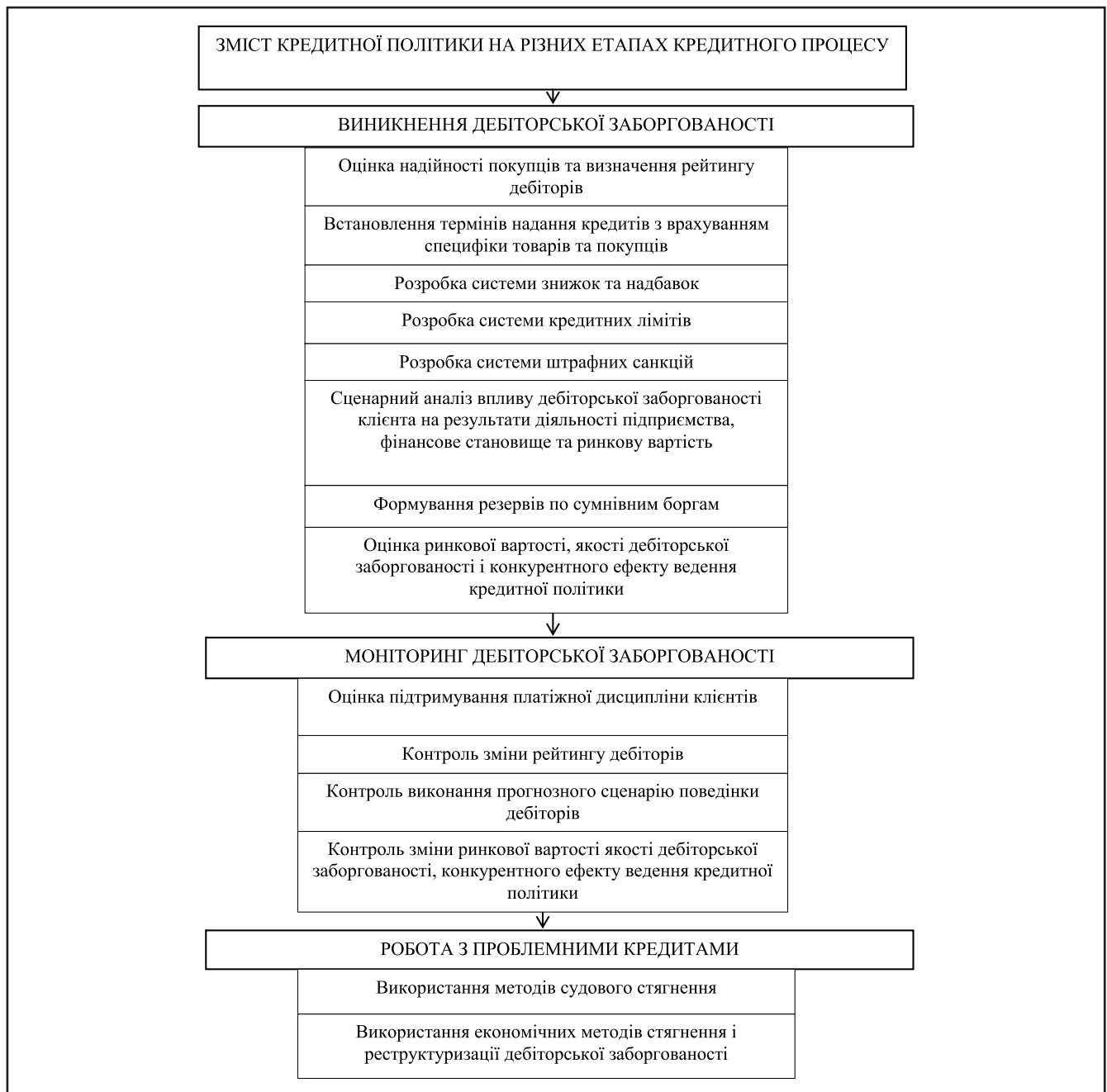
У країнах із розвинутою ринковою економікою, для яких характерний високий рівень конкуренції на ринку товарів та послуг, дебіторська і кредиторська заборгованості свід-

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

чать про активне використання підприємствами механізму комерційного кредитування. Як правило, при цьому між обсягами дебіторської та кредиторської заборгованості існує чіткий і контрольований з боку фінансового менеджера взаємозв'язок, а обсяг, структура і середній строк погашення дебіторської заборгованості визначаються кредитною політикою підприємства. Остання виступає одним із необхідних структурних елементів управління дебіторською заборгованістю і комерційним кредитом на підприємстві.

Розглядаючи дебіторську заборгованість як комерційний кредит покупцю, слід чітко розуміти, що, незважаючи на значні відмінності і специфіку діяльності підприємств реального сектору економіки в порівнянні з банками, загальна логіка кредитного процесу, принципи надання кредиту повинні зберігатися. Більше того, той позитивний досвід, який на-

копичено в банківському секторі з менеджменту кредитних ризиків, потрібно безумовно враховувати. Зокрема, ідеологія клієнтоорієнтованого підходу, який отримав досить активний розвиток у банках, має знайти своє відображення і в практиці роботи підприємств: необхідно знати свого клієнта, розуміти специфіку його бізнесу, вводити індивідуальні умови надання відстрочки платежу, встановлення кредитних лімітів, введення штрафних санкцій. Крім того, кредитна політика і менеджмент дебіторської заборгованості повинні перейти в системний процес на будь-якому підприємстві з персоналізацією відповідальності за якість портфеля дебіторської заборгованості та ефективність діючої політики продажів. При цьому дії менеджменту слід диференціювати залежно від стадії життєвого циклу дебіторської заборгованості (див. рис.).



Основні етапи кредитної політики підприємства

Кредитна політика безумовно є складним об'єктом управління, що вимагає кваліфікованого рішення не тільки фінансових, а й юридичних, маркетингових проблем, реалізація яких може сприяти підвищенню добробуту власників бізнесу. Для досягнення цього необхідно регламентувати кредитний процес, максимально формалізувати дії персоналу з визначення умов кредитування кожного конкретного дебітора, наділити менеджмент персональною відповідальністю за забезпечення якості портфеля дебіторської заборгованості.

Висновки

У сучасних економічних умовах результати діяльності підприємств важливі для низки учасників ринкових відносин. Більшість вітчизняних підприємств мають проблеми з реструктуризацією дебіторської заборгованості, яка у промисловості має значну частину суми оборотних коштів, що негативно позначається на функціонуванні економіки. Розробка виваженої фінансової політики дозволить підвищити керованість дебіторською заборгованістю та фінансову стійкість підприємств. Розвиток вітчизняних підприємств супроводжується дефіцитом власних джерел фінансування, що зумовлює необхідність залучення інвестиційних ресурсів.

Сьогодні, в період фінансової кризи, проблема ефективного управління дебіторською заборгованістю потребує глибокого і комплексного підходу, який передбачає всебічний аналіз кількісних і якісних показників. У процесі управління дебіторською заборгованістю менеджмент підпри-

ємства повинен реалізовувати кредитну політику так, щоб, максимізувавши прибуток і рентабельність капіталу, підтримувати ліквідність підприємства у межах нормативних значень, для чого необхідно постійно контролювати динаміку обсягів і структуру дебіторської заборгованості, розробити ефективну кредитну політику й аналізувати вплив результатів цієї політики на динаміку таких показників: ліквідності, оборотності дебіторської заборгованості, прибутковості. Також слід проводити якісний аналіз наслідків управлінських рішень, що стосуються кредитної політики у довготерміновому періоді.

Список використаних джерел

1. Брунгільд С.Г. Управление дебиторской задолженностью. – М.: АСТ Астрель, 2007. – С. 61–72.
2. Бахрушина Н. Создание системы управления дебиторской задолженностью // Финансовый директор. 2005. №5.
3. Суторміна В.М. Фінанси зарубіжних корпорацій: підручник. – К.: КНЕУ, 2004. – 566 с.
4. Терещенко О.О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання. – К.: КНЕУ, 2003. – 554 с.
5. Хазанова В. Методы оценки и снижения кредитных рисков предприятий // Финансовый директор. 2002. №5.
6. Хитрое П. Управление дебиторской задолженностью // Финансовый директор. 2005. №12.
7. Хромов М.Ю. Дебиторка. Возврат, управление, факторинг. – СПб.: Питер, 2008. – С. 23–70.

О.В. МЕЛЬНИК,

к.е.н., с.н.с., НДІІ Мінекономрозвитку і торгівлі України

Аналіз складових рівня енергетичної безпеки України

Стаття присвячена практичним аспектам щодо розрахунку рівня енергетичної безпеки України за період 2011–2013 років та на 2014 рік.

Ключові слова: енергетична безпека, виробництво, споживання, імпорт енергетичних ресурсів, енергоємність ВВП.

А.В. МЕЛЬНИК,

к.э.н., с.н.с., Научно-исследовательский экономический институт Минэкономразвития и торговли Украины

Анализ составляющих уровня энергетической безопасности Украины

Статья посвящена практическим аспектам по расчету уровня энергетической безопасности Украины за период 2011–2013 годов и на 2014 год.

Ключевые слова: энергетическая безопасность, производство, потребление, импорт энергетических ресурсов, энергоёмкость ВВП.

A.V. MEL'NIK,

phD economics, SRIE Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine

Analysis of the components of energy security of Ukraine

The article is devoted to the practical aspects of the calculation of the level of energy security of Ukraine for the period 2011–2013, and for 2014

Keywords: energy security, production, consumption, imports of energy resources, energy intensity of GDP.

Постановка проблеми. Україна належить до країн, які не можуть за рахунок власного виробництва енергоносіїв забезпечити потребу в них. Це викликано невідповідністю обсягів видобутку природного газу, нафти, виробництва нафтопродуктів, низькою якістю вітчизняної вугільної продукції, потре-

бам промислового виробництва, яке вже багато десятиріч орієнтовано на випуск ресурсо- та енергоємної продукції.

У разі виникнення дефіциту енергоносіїв наслідки для економіки та населення будуть катастрофічними, тому шляхи вирішення проблем диверсифікації джерел та підвищення