

– переміщення місця здійснення покупки та участі у програмі лояльності з offline до on-line. Тобто, учасник програми лояльності має можливість контролювати бонусні рахунки, списувати їх в зручному для себе місці тоді, коли йому це захочеться зробити;

– значна частка «геймізації» в програмах лояльності;

– зростання вимог до персоналу, який інформує про програму лояльності. Зацікавити споживача та надати якісну інформацію щодо участі стає дедалі важче, тому, слід підвищувати кваліфікацію торгового персоналу;

– можливість використання на всіх ринках (B2B, B2C, B2G, FMCG).

Таким чином, можна зробити висновок, що використання інноваційних програм лояльності значно розширює можливості для максимального задоволення потреб споживачів та побудови довготривалих стосунків із ними, шляхом управління їх лояльністю.

Список використаних джерел

1. Гембл. Маркетинг відносин із споживачами / Гембл, Стоун, Вудкок. – Гранд, 2002.

2. Як працюють сучасні програми лояльності «Forbes» : електрон. журнал. – Режим доступу : <https://clck.ru/Broeo>.

А.І. Сіфурова, асп. (ХДУХТ, Харків)

ТЕНДЕНЦІЇ ФОРМУВАННЯ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

Одним із найважливіших внутрішніх чинників та невід’ємних елементів в системі забезпечення фінансової безпеки торговельного підприємства є підсистема управління оборотним капіталом, що включає процеси його формування з власних та позикових джерел, оптимізацію структури фінансування різних елементів оборотних активів, рентабельне використання у торговельно-господарській діяльності. Дієвість такого управління впливає на рівень фінансової стійкості підприємств торгівлі, підвищує їх фінансову захищеність, забезпечує стабільність розвитку, зростання економічного потенціалу та ринкової вартості.

Аналіз офіційної інформації Державної служби статистики України щодо динаміки та структури статей активу та пасиву балансу підприємств України, основним видом економічної діяльності яких є

оптова та роздрібна торгівля, ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів за період 31.12.2011–31.12.2016 рр., показав такі переважні тенденції [1]: зростання обсягу та частки оборотних активів в сукупних активах торговельних підприємств з 79,1 до 82,5% (+ 3,4%); збільшення обсягу та питомої ваги товарних запасів в оборотних активах з 18,3 до 21,5% (+ 3,2%); наявність вкрай низької частки власних коштів у загальному капіталі підприємств торгівлі у 2011–2013 роках (8,5–10%) та повну його відсутність у 2014–2016 роках (– 2,0%; – 3,7%); високу питому вагу позикових фінансових ресурсів у структурі джерел капіталу підприємств оптової та роздрібно торгівлі України (90,0–103,7%); частка поточних зобов'язань і забезпечень за досліджуваний період зросла з 75,6 до 86,4% (+ 10,8%).

Проведений аналіз засвідчив негативну динаміку отримання чистого прибутку підприємствами оптової та роздрібно торгівлі України, починаючи з 2011 року, а з 2013 року торговельні підприємства почали отримувати збиток, найвищий показник якого за досліджуваний період зафіксовано у 2014 році: –133219,4 млн грн. Відповідно до зазначених тенденцій відреагували і відносні показники чистої рентабельності продажів та використання оборотних активів, динаміка яких співпадає з динамікою чистого прибутку (збитку) підприємств торгівлі України.

Такі негативні явища можна пояснити суттєвим впливом чинників, пов'язаних із політичною та фінансово-економічною ситуацією, що склалася в Україні протягом 2013–2016 рр.

Протягом досліджуваного періоду спостерігалось поступове підвищення обсягу та частки позикових фінансових ресурсів у структурі формування загального капіталу підприємств оптової та роздрібно торгівлі України, що супроводжувалось одночасно стрімким зростанням рівня середньозважених відсоткових ставок для юридичних осіб за довго- та короткостроковими кредитами від банківських установ.

Це призвело до того, що починаючи з 2014 року позиковий капітал майже «витіснив» власні кошти торговельних підприємств, а висока ціна кредитних ресурсів вплинула на зниження рентабельності використання оборотних активів, профінансованих переважно за рахунок залучених позикових коштів, що спричинило зростання рівня фінансового ризику та середньозваженої вартості капіталу та вплинуло на різке зниження рівня фінансової безпеки підприємств оптової та роздрібно торгівлі України.

Формування оптимальної вертикальної та горизонтальної структури активів і капіталу є одним із найважливіших завдань в

системі управління фінансовою безпекою будь-якого підприємства. Співвідношення між основним та оборотним капіталом, власним та позиковим, має принципове значення в розробці стратегії фінансування складових елементів активів торговельного підприємства за рахунок різних джерел фінансових ресурсів.

Ключовими вимогами в розробці та реалізації ефективної політики управління оборотним капіталом підприємств торгівлі, на нашу думку, повинні стати: пришвидшення темпів зростання частки власних коштів у структурі джерел фінансування оборотних активів; залучення позикових ресурсів на кредитному ринку з урахуванням критеріїв мінімізації їх вартості та ризику, співвідношення термінів залучення та повернення, максимізації рентабельності використання оборотних коштів; досягнення пропорційності у структурі формування загального капіталу і профінансованих за його рахунок активів; формування стратегії стабільного розвитку торговельних підприємств з урахуванням мінливої ринкової кон'юнктури та впливу негативних чинників зовнішнього середовища.

Список використаних джерел

1. Структура балансу та фінансові результати підприємств за видами економічної діяльності станом на 31.12.2011–31.12.2016 років. Статистична інформація Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

В.В. Смачило, канд. екон. наук, доц. (ХНУБА, Харків)

В.Ю. Халіна, канд. екон. наук, доц. (ХНУБА, Харків)

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Євроінтеграційний вектор розвитку України неможливий без імплементації сучасних принципів господарювання, поширених в країнах Європейського Союзу, серед яких слід особливо відмітити соціалізацію економічних процесів. Ведення бізнесу на більш високому еволюційному рівні проявляється в формуванні нового кластеру підприємств, діяльність яких спрямована на інноваційний стійкий розвиток, що передбачає вирішення соціоекологічних проблем суспільства, а не лише власне збагачення.

Вказане актуалізує дослідження в сфері соціального підприємництва як нового рівня ведення господарських відносин. Як європейські, так і інші країни (Америки, Азії) практикують створення