

Притягнення уваги споживачів дозволяє збільшити їх чисельність, інтерес до товарів, обсяг реалізованого товару. Акцентування уваги споживачів сприяє прискоренню продаж найвигідніших товарів, підвищенню оборотності певного товару, позбавленню зайвих запасів, регулярності збуту сезонного товару, поживленню продаж залежального товару.

Підприємства роздрібно́ї торгівлі в процесі реалізації продукції вживають наступні тактичні цінові дії: акції як методи непрямого ціноутворення, основна мета яких полягає у їх матеріальному заохоченні до покупки товарів, або цінові прийоми, які створюють відповідні пільгові умови придбання товарів для кінцевих споживачів. При цьому актуальним є використання низки різноманітних дисконтних систем, надання знижок, проведення промоушн-акцій, поєднаний продаж, інші методи стимулювання збуту (отримання споживачами призів та подарунків, акції, пов'язані з різними конкурсами, лотереями тощо).

Таким чином, тактичні цінові дії є невід'ємною складовою діяльності підприємств сучасних роздрібно́ї торгівлі.

Список літератури

1. Корнієв, В. Л. Тактичне спрямування цінової політики [Текст] / В. Л. Корнієв // Маркетинг в Україні. – 2007. – № 1. – С. 45-48.
2. Овчинникова, М. О. Оцінка ефективності тактичних цінових дій [Текст] / М. О. Овчинникова // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 6. – С. 107-116.
3. Ловіц, О. О. Сутність та особливості впровадження тактики ціноутворення в межах цінової політики підприємства [Електронний ресурс] / О. О. Ловіц. – Режим доступу : <http://www.rusnauka.com/3_SND_2010/Economics/58341.doc.htm>.
4. Имшинецкая-Фишбеин Ия Система стимулирования сбыта / Консалтинговая компания АНТЕМА [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.antema.ru/library/marketing_obwie_voprosy/marketingovye_kommunikacii/imshineckaya-fishbejn_ia_sistema_stimulirovaniya_sbyta/>.

В.А. Гросул, д-р екон. наук, проф. (*ХДУХТ, Харків*)

Т.С. Колеснік, асп. (*ХДУХТ, Харків*)

СУТНІСНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Різноманіття та зростаюча складність ринкових умов, інтенсивність і динамізм господарських процесів вимагають від господарюючих суб'єктів в межах покладених на них функцій максимального використання всіх можливостей і резервів. Стратегічні аспекти їх діяльності виходять на перший план. В рамках цієї проблеми важливо сформулювати чітко уявлення про стратегію підприємства, необхідно встановити економічну природу, принципи, компоненти стратегії та рівні її реалізації. Особливо важливий аналіз такої її складової як фінансова стратегія.

На сьогоднішній день особливої уваги в рамках досліджуваної проблеми займають питання визначення змісту поняття «фінансова стратегія підприємства» та її якісних характеристик.

Аналіз наукових підходів до розуміння сутності фінансової стратегії підприємства дозволяє зробити висновок щодо наявності різноманітних точок зору на трактування досліджуваного поняття.

За визначенням класика вітчизняної школи фінансового менеджменту І. Бланка, фінансова стратегія – один з найважливіших видів функціональних стратегій підприємства, що забезпечує всі основні напрями розвитку його фінансової діяльності та фінансових відносин шляхом формування довгострокових фінансових цілей, вибору найбільш ефективних шляхів їх досягнення, адекватного корегування напрямів формування й використання фінансових ресурсів при зміні умов зовнішнього середовища. Це визначення чітко визначає суть фінансової стратегії як однієї з найважливіших функціональних стратегій розвитку підприємства, при виборі найбільш ефективних її шляхів за умов мінливості зовнішнього середовища.

Більшість авторів визначають фінансову стратегію як набір або послідовність дій фінансового характеру для досягнення визначених цілей. Інші – розглядають фінансову стратегію представляють як результат прийняття стратегічних рішень з питань можливого залучення джерел фінансування та їх витрачання. Окремі дослідники трактують фінансову стратегію як частину фінансового менеджменту.

Існуючі трактування досліджуваного поняття привертають увагу до сутнісних характеристик фінансової стратегії:

- це цілісна, самостійна система, виділення якої обґрунтоване ключовою роллю фінансових ресурсів на підприємстві, оскільки саме даний вид ресурсів може бути конвертований в будь-якій іншій з мінімальним тимчасовим інтервалом;
- фінансова стратегія пов'язана з формуванням та ефективним втіленням пріоритетних цілей і завдань стратегічної фінансової діяльності підприємства;
- основними напрямками, на реалізацію яких направлена фінансова стратегія, є основні сфери фінансової діяльності самого підприємства.

Проведений аналіз дефініції фінансової стратегії дозволяє виділити притаманні їй характерні ознаки, зокрема:

- 1) цілеспрямованість – ефективний розвиток підприємства. Фінансова стратегія передбачає формування системи фінансових цілей, від досягнення яких залежить успішне функціонування господарюючого суб'єкта;

2) часова спрямованість – довгострокові орієнтири. Сутнісною характеристикою фінансової стратегії є наявність динаміки, яка носить довготривалий характер;

3) підпорядкованість загальній стратегії розвитку. Фінансова стратегія повинна бути розроблена на базі корпоративної, зважаючи на те, що остання є стратегією вищого рівня та визначає загальний план управління підприємством;

4) умови – мінливість зовнішнього та внутрішнього оточення підприємства, що обумовлює необхідність врахування змін чинників зовнішнього середовища в процесі фінансового розвитку підприємства та адекватного реагування на ці зміни;

5) напрями – ефективна фінансова діяльність, пов'язана з формуванням та використанням фінансових ресурсів підприємства.

На основі виділення сутнісних характеристик фінансової стратегії підприємства представляється можливим формування узагальненого визначення досліджуваного поняття.

На наш погляд, фінансова стратегія підприємства – орієнтована на довгострокову перспективу система дій та заходів, пов'язаних з ефективним формуванням та використанням фінансових ресурсів та спрямованих на успішний розвиток підприємства в межах сформованої загальної стратегії, на основі врахування та адекватного реагування на зміни у зовнішньому середовищі підприємства.

Таким чином, запропоноване визначення фінансової стратегії підприємства розкриває його зміст та роль, яку вона виконує в процесі стратегічного управління підприємством.

А.С. Дядін, асист. (ХДУХТ, Харків)

ФОРМУВАННЯ КРИТЕРІЇВ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Ринкова система господарювання базується на економічній свободі підприємця. Це означає, що підприємець постійно стикається з невизначеністю, неповнотою інформації, а отже – з підвищеним ризиком. Тому підприємець повинен вміти правильно оцінювати ризик. У кожній сфері підприємницької діяльності ризики пов'язуються з можливою втратою ресурсів, що є у розпорядженні підприємця. Це можуть бути матеріальні, фінансові, інтелектуальні та інші ресурси. Крім того, ризик пов'язується з можливою втратою доходів або їх недоодержанням порівняно з очікуваним результатом. Фінансова діяльність підприємства має бути спрямована на забезпечення систематичного надходження й ефективного використання фінансових ресурсів, досягнення раціонального співвідношення власних і залучених коштів, фінансової стійкості з метою ефективного функціонування підприємства. Саме цим зумовлюється необхідність і практична значущість систематичної оцінки фінансового стану підприємства, якій належить суттєва роль у забезпеченні його стабільного фінансового стану.

Фінансовий стан підприємства треба систематично й усебічно оцінювати з використанням різних методів, прийомів та методик аналізу. Це уможливить критичну оцінку фінансових результатів діяльності підприємства за певний період, а також дасть змогу визначити способи ефективнішого використання фінансових ресурсів, їх раціонального розміщення. Неefективність використання фінансових ресурсів призводить до низької платоспроможності підприємства і, як наслідок, до можливих перебоїв у постачанні, виробництві та реалізації продукції; до невиконання плану прибутку, зниження рентабельності підприємства.

На мою думку основними напрямками підвищення фінансового стану підприємства вважаються постійний моніторинг фінансово-економічного стану підприємства, розробка нової управлінської, фінансової й маркетингової стратегій, скорочення постійних і змінних витрат, підвищення продуктивності праці, залучення коштів засновників, посилення мотивації персоналу.

М.А. Дядюк, канд. екон. наук, доц. (ХДУХТ, Харків)

ТЕХНОЛОГІЯ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ТИПУ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Розробка ефективної цінової політики підприємств торгівлі є багатокомпонентним та багатоетапним процесом. Для вирішення завдань ідентифікації типу та оцінювання ефективності цінових політик, що здійснюються підприємствами роздрібною торгівлі, як необхідного підґрунтя для подальшої оптимізації цієї складової їхньої діяльності, було запропоновано технологію виконання аналітичної роботи з ідентифікації типу цінової політики для підприємств роздрібною торгівлі. Технологія процесу ідентифікації типу цінової політики підприємств роздрібною торгівлі представлена у вигляді аналітичного алгоритму, який розроблено на основі принципів системності, комплексності та оперативності з використанням методу порівняння.

Змістом першого етапу є формування системи критеріальних показників у якості яких виступають темпи зміни прибутку від реалізації, як кінцевого фінансового результату від операційної діяльності та темпи зміни