

ФІНАНСОВІ ПРОБЛЕМИ І СПОСОБИ ЇХ ВИРІШЕННЯ НА РІЗНИХ СТАДІЯХ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто поняття життєвого циклу підприємства. Висвітлюються можливі фінансові потреби та способи їх вирішення на різних стадіях життєвого циклу підприємства.

S. Koryagina – Commercial academy of Lviv

Financial problems and ways of their sanction at different stages of life cycle of the enterprise

The definition of the live cycle of the firm is considered. The possible finance necessity and methods of its solution at different steps of live cycle of the firm is determined.

На кожній стадії життєвого циклу у підприємства виникають конкретні потреби як фінансового, так і не фінансового характеру. Багато з них залишаються постійними протягом усього життєвого циклу підприємства, однак у процесі його життєдіяльності та зміни кон'юнктури ринку, більшість з них можуть модифікуватися, внаслідок чого змінюватимуться і способи задоволення цих потреб.

Підприємство, що знаходиться на стадії створення чи становлення, починає здійснювати продаж своєї продукції або послуг. Цій стадії передують етапи досліджень і розробок. Початкові витрати на дослідження і розробки потребують від підприємства значних коштів. Тільки з ростом обороту основна частина витрат буде покриватися прибутком. Крім цього, підприємству необхідні початкові кошти на юридичне оформлення документів, на оренду або купівлю нового приміщення, обладнання, організацію бухгалтерського обліку, поточні витрати, тощо. Для покриття цих витрат і отримання прибутків необхідний певний час. У цей період бізнес найбільш уразливий.

Для новостворених підприємств важливою передумовою початку ефектної діяльності може бути наявність оборотних коштів. Часто увесь початковий капітал витрачається на купівлю основних фондів і, оскільки, він не приносить на початкових стадіях створення ще ніяких прибутків, виникає потреба в отриманні засобів на оборотний капітал. Компанія-початківець може опинитися у ситуації, коли вона ще не отримує кредит у поставальників, але вимушена надавати кредит своїм клієнтам з метою залучення великого числа замовлень, завоювання ринку. Нестача оборотного капіталу викликає додаткові складності. Виходом з цієї ситуації може бути факторинг, який допоможе вивільнити ресурси шляхом отримання авансу від факторингової компанії супроти дебіторських рахунків.

Однією з типових проблем, з якою стикаються господарюючі суб'єкти, є небажання фінансуючих компаній і організацій позичати кошти новому підприємству, що не має історії кредитування та відповідної репутації. Таким чином, існує потреба у відповідних гарантіях. Якщо позичені кошти будуть витрачені на купівлю матеріальних цінностей, нерухомості, то проблем з гарантіями не буде, однак, якщо кошти плануються витратити на купівлю нематеріальних і оборотних активів, отримати гарантії буде складно.

Керівники підприємств-початківців часто недосвідчені у підприємницькій діяльності і не компетентні на конкретному ринку. Тому може виникнути потреба у консультаціях кваліфікованих спеціалістів з питань ринку та маркетингу. Для виживання і розвитку бізнесу життєво важливою є своєчасна і професійна консультаційна зовнішня підтримка. На стадії створення особливо необхідні консультації з основ оподаткування, страхування, юридичних питань.

Підприємство, що знаходиться на стадії розвитку, починає отримувати кошти за реалізацію продукції і просувається від збитковості до прибутковості. Фірма веде пошук нових ринків збуту для існуючої продукції або може виходити на традиційні ринки з удосконаленою чи модифікованою продукцією, з метою збільшення прибутку. Для розширення і подальшого розвитку підприємству необхідні ще більш високий рівень досліджень і розробок для створення нової продукції або удосконалення продукції, яка вже виробляється, нове додаткове обладнання і більш приміщення у разі екстенсивного розвитку виробництва. Для цієї стадії характерні зростання обсягів продажу, що вимагає додаткових активів. Якщо підприємство на стадії розвитку отримує велике замовлення на певні товари з поступовою оплатою – це може викликати нестачу грошових засобів для закупівлі сировини. Виникають й інші витрати, пов'язані зі створенням продукції. Нові кредити будуть створювати більше навантаження на підприємство і у випадку повільного або невдалого розширення, підприємству не уникнути нових проблем. Збільшуючи випуск продукції, підприємство водночас не повинно розширяться занадто швидко, щоб уникнути ризику перевиробництва. Щоб отримати додаткові фінансові ресурси підприємства, як правило, можуть отримати банківський кредит, але вони повинні зберігати баланс між заборгованістю і акціями. Тому додаткові банківські кредити вимагають зростання цін акцій. Можна отримати також додатковий капітал, необхідний для підтримки росту, випустивши нові звичайні акції. Проте власники фірм роблять це з небажанням через страх втрати контролю над голосуванням. Тому найкращим джерелом капіталу для більшості підприємств є нерозподілені прибутки. Якраз з цієї причини більшість фірм не платить дивідендів протягом років їх швидкого росту.

Підприємство може зробити спробу вийти на зарубіжні ринки. Для цього йому необхідні: можливість отримання цілого спектру фінансових послуг, зменшення кредитного ризику, покриття витрат, пов'язаних з проведенням міжнародних торгових операцій, інформація про потенційних партнерів, страхування обмінного курсу і фінансування зарубіжних угод. Останнє передбачає необхідність у поповненні оборотного капіталу, оскільки від експортерів часто вимагається надання тривалих товарних кредитів іноземним покупцям. Щоб вирішити ці питання, підприємство може звернутися у торгові асоціації, фінансові інститути, а також використати створені бази даних для отримання інформації про зарубіжні ринки, потенційних партнерів і їх платоспроможність. Підприємство може зменшити кредитний ризик від коливання обмінних курсів за рахунок укладення форвардних контрактів, позик і депозитів в іноземній валюті, а також валютних опціонів. У регіонах, де фінансові ринки недостатньо розвинуті, невеликим підприємствам буває важко скористатися такими послугами. Для зменшення кредитних ризиків під час операцій з іноземними клієнтами можна використовувати приватні або державні схеми фінансування. Різні форми фінансування експорту можуть бути також отримані за сприяння фінансових організацій.

¹ наук. керівник: проф. Ю.А. Дайновський, д.е.н. – ЛКА.

Особливу увагу треба приділяти ретельному контролю за готівкою підприємства, більш широко необхідно використовувати складні фінансові методи (розрахунки векселями, відкриття акредитивів) і заходи для зменшення ризику і збільшення прибутку. Для успішної діяльності підприємства дуже важливо, щоб виплати за рахунками відбувались регулярно і при необхідності можна було б отримати вичерпну інформацію з будь-якого питання щодо розрахунків з клієнтами.

Слідом за періодом розвитку, коли підприємство ефективно використовує свої можливості і досягає більш високого рівня рентабельності, займає значну частку свого потенційного ринку, відбувається перехід у стадію зрілості. Для таких підприємств типовим є висока ціна акції, стабільна виплата дивідендів. Підприємство, що знаходиться на стадії зрілості, може здійснити проведення нових досліджень і розробок, тобто нести витрати, типові для стадії створення і розвитку, повертаючи основну увагу максимізації віддачі від активів і зменшенню ризиків, та провести оновлення основних фондів, залежно від їх фізичного і, головним чином, морального зносу. Фінансові потреби будуть носити більш специфічний та індивідуальний характер. Перегляд фінансової структури підприємства може призвести до реструктуризації активів, наприклад, зменшення основних фондів та збільшення готівки. Можливий варіант обміну боргів на участь у капіталі, тобто несплачені борги підприємство може обміняти на частину акцій іншої компанії, що заборгувала. Для останньої такий вибір може виявитися нелегким, особливо, якщо це буде означати зміну власності та керівництва підприємства. Таким чином, зріле підприємство може вирішити придбати інші фірми і розширити свій вплив в інших галузях, тобто здійснити диверсифікацію для зменшення ризику. Внаслідок поглинання інших фірм можуть виникати різні типи злиття: горизонтальне – поєднання двох фірм, які виробляють однаковий тип товару, чи надають однакові послуги; вертикальне – злиття між фірмою та одним з її постачальників чи споживачів; конгенеретичне – злиття близьких фірм, але для яких не існує зв'язок виробник-постачальник; конгломеративне – злиття зовсім різних за видами діяльності фірм [1, ст. 871]. Проте, підприємство, що поглинає, часто бере на себе відповідальність за борги компанії. Якщо поглинута фірма за планом зростатиме у майбутньому, то для підтримки цього зростання потрібні нові кошти або повинні бути випущені через деякий час нові боргові зобов'язання.

На практиці багато компаній укладають спільні угоди про співробітництво, які фактично є подібними до злиття. Ці угоди існують у різному вигляді – від маркетингових угод, участі у технологічних розробках до спільного володіння власністю при здійсненні операцій світового масштабу. Об'єднавшись, підприємства можуть уникнути конкуренції та зайняти сильне положення на ринку.

На стадії зрілості багатьом розвинутим підприємствам необхідно приділяти увагу ретельному контролю за оборотом своїх грошових засобів з метою максимізації прибутків. Великі компанії можуть скористатися складними системами послуг. Зокрема, за допомогою електронних інформаційних систем, інформація клієнту передається безпосередньо з банківського комп'ютера; підприємству надаються точні, своєчасні відомості про стан рахунків, що дозволяє керівництву приймати обґрунтовані рішення.

Стадія занепаду підприємства характеризується нерентабельністю виробництва, збитковим становищем, заборгованістю, випуском неактуальної для рин-

ку продукції. У цю стадію підприємство потрапляє у випадку несвочасного реагування на зміни на ринку. Стабільність та стійкість є важливі для керівників фірми, її споживачів, постачальників, співробітників та середовища, в якому вона працює. Підприємства, що знаходяться на межі банкрутства мають низькі прибутки та падіння виробництва, труднощі у залученні й утриманні кваліфікованих менеджерів та робітників. Постачальники та споживачі також неохоче мають справи з нестійкими фірмами, і у них виникають проблеми при позичках грошей під задовільні процентні ставки. Це спричиняє зменшення цін на акції компанії.

Причинами такого становища можуть бути: виготовлення продукції, що не користується попитом, раптова поява у підприємства конкурента чи втрата клієнта, а також ще менш контрольовані фактори макросередовища: політичні, економічні, демографічні та інші чинники. На цій стадії може відбутися зміна власника підприємства, заміна кадрів керуючого персоналу. Виникає потреба у переорієнтації виробництва на випуск нової продукції, заміні застарілого обладнання і відповідно додаткового фінансування.

Коли бізнес стає збитковим, потрібно прийняти рішення: чи припинити існування фірми через ліквідацію, чи реорганізувати її і таким чином залишити "жити". Значною мірою це рішення залежить від визначення вартості фірми загалом, яка є можливо, вищою, ніж вартість активів фірми, якщо вони будуть розпродані по частинам. Реорганізаційний план передбачає реструктуризацію боргового зобов'язання фірми, у випадку якого відсоткова ставка може бути зниженою, час до строку платежу продовжено або деякі боргові зобов'язання можуть бути замінені на акції без фіксованого дивіденду. До питань реорганізації належать також: заміна керуючого персоналу у разі невмілого виконання ним своїх обов'язків; заміна основних фондів, якщо вони застарілі або вичерпані; модернізація приміщення і обладнання до того, як фірма зможе зайняти гідну позицію у конкурентному середовищі. Ліквідація трапляється, якщо проблеми компанії загострились і її важко врятувати та надати новий імпульс для діяльності, а можливість фінансово оздоровити фірму є настільки нереальною, що кредитори могли б зазнати ще більших збитків, якщо операції на підприємстві були б продовжені.

Врахування особливостей фінансових проблем підприємств залежно від стадії їх життєвого циклу, своєчасне виявлення можливих загроз, обґрунтоване визначення фінансових стратегій дасть можливість підприємствам адекватно діяти на кожному етапі свого існування, цілеспрямовано формувати життєвий цикл і підвищувати фінансову стійкість.

Література

1. Брігхем Євхен. Основи фінансового менеджменту: Пер. з англ. – К.: Молодь, 1997. – 1000 с.

УДК 339.138:504.03

Магістрант В.Т. Польовська – УкрДЛТУ

МАРКЕТИНГ ЯК НАУКА: ЕТАПИ РОЗВИТКУ ТА ПЛАНУВАННЯ

Подано детальний аналіз розвитку планування маркетингу у контексті еволюції маркетингової думки. На основі глибокого вивчення закордонних літературних джерел узагальнено основні стадії розвитку маркетингового планування у XX ст. Викладена послідовність розробки інтегрованого соціального плану маркетингу, наголошено на доцільності врахування у ньому екологічних аспектів та його впровадженні в Україні.

3. Економіка, планування і управління в лісовиробничому комплексі