

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

П'ятак Т.В., Борзенко В.І.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Критичне становище багатьох підприємств в Україні спонукає до необхідності дослідження шляхів покращення ефективності фінансово - господарської діяльності підприємств. Кожен суб'єкт господарювання незалежно від виду діяльності та форми власності повинен реально оцінювати ефективність фінансово-господарської діяльності з метою оперативного управління активами і пасивами підприємства, досягнення високих фінансових результатів, забезпечення фінансової стабільності і створення належного іміджу підприємства.

Вирішення цієї проблеми передбачає узагальнення досвіду роботи у фінансово-економічній сфері, удосконалення господарського механізму відповідно до вимог економічної політики держави, формування передумов для раціонального використання фінансових ресурсів і на цій основі зменшення витрат виробництва та підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності підприємств.

Пропонується методика оптимізації управління фінансово-господарською діяльністю підприємства для підвищення ефективності його роботи в кризових умовах. Оцінка ефективності взаємодії підприємства-виробника і споживачів продукції здійснюється на основі аналізу співвідношення динаміки виручки від реалізації продукції і дебіторської заборгованості. Для цього вводиться інтегральний показник ефективності, який в узагальненому вигляді відображає процес розрахунків за спожиті товари. Обсяг реалізованої споживачам продукції залежить від виробничих можливостей підприємства по кожному виду продукції, ціни на неї та попиту на ринку. Оцінювати ефективність взаєморозрахунків між підприємством-виробником та споживачами продукції пропонується за допомогою визначених величин інтегрального коефіцієнту ефективності. При цьому підприємство орієнтується не на максимізацію, а оптимізацію обсягів збуту товарів різної номенклатури. Можливості підприємства, щодо виробництва оптимального обсягу продукції та вибору оптимальної кількості оптових торговельних посередників враховуються за допомогою математичного моделювання. Запропоновано спосіб оцінки ризиків у збутовій політиці підприємства. Оцінка ризику „нереалізації” запланованого обсягу продукції проводиться шляхом обробки статистичної інформації. Коефіцієнти ризику по кожному виду продукції дозволяють складати прогнози продажів продукції на наступні періоди реалізації. Для цього враховується емпіричний розподіл продажів у часі для кожного споживача. У кожному часовому інтервалі визначається вірогідність реалізації певного обсягу продукції. Зроблено висновки, щодо можливості оцінки впливу негативних факторів на фінансово-господарську діяльність підприємства при плануванні його поточної діяльності.