

2. Онлайн бронювання авіаквитків: максимум зручностей при мінімумі витрат // Діалоги : сайт. 15.05.2019. URL: <http://dialogs.org.ua/different/sto/19316/> (дата звернення: 09.04.2020).

3. Ткаченко Т. Вплив глобальних дистрибутивних систем на розвиток сучасного туристичного бізнесу. *Економіка та держава*. 2018. № 6. С. 56–59.

УДК 658

Басанець І. В., студентка

*Гриценко Л. Л., д.е.н., професор кафедри фінансів і підприємництва
Сумський державний університет, м. Суми, Україна*

ЛІКВІДНІСТЬ І ПЛАТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ КРИЗОВИХ ЯВИЩ

На сьогоднішній день світова економіка має нестабільний стан, що може призвести до повторного настання фінансової кризи. Україна має певний потенціал для розвитку економіки, основними економічними галузями країни є промисловість та сільське господарство. Саме на ці види економічної діяльності значно вплинуть кризові явища. Задля зменшення негативного впливу їх наслідків рекомендується впроваджувати дієві заходи антикризового управління, в рамках якого доцільно приділити увагу дослідженню показників ліквідності та платоспроможності, які відображають реальний фінансовий стан.

Питання антикризового управління та використання показників ліквідності та платоспроможності в рамках фінансового аналізу досліджували як вітчизняні, так і зарубіжні науковці, серед яких: Дорошенко А., Школьник І., Журавльова Ю., Булеєв І., Градов О., Альтман Е., Ліс Р. та багато інших.

Аналізуючи кризові явища в Україні, а саме у 1998, 2008 та 2014 роках, які мали негативний вплив на діяльність підприємств, можемо зробити висновок, що більшість промислових підприємств припинили свою діяльність через неможливість протистояти змінам кон'юнктури ринку та не змогли перелаштуватися на новий ритм в умовах кризи. Хоч і стверджують дослідники, що Україна стала більш стійкою та в змозі подолати кризу у 2020 році, але ж виникають певні загрози для розвитку промислових підприємств, адже промисловість в Україні має значний вплив на економічний розвиток держави та на добробут суспільства.

За статистичними даними, наведеними на рис. 1, можна проаналізувати динаміку розвитку промислових підприємств. Отже, після кризи 2008 року кількість підприємств за 5 років зросла і становила у 2013 році 49130 од. Однак з настанням кризи 2014 року значна частина підприємств зазнало банкрутства і у 2016 році їх кількість знизилась до 38555 од. Розвиток економіки країни та певний вплив іноземних інвестицій в галузі промисловості позитивно вплинули на збільшення кількості підприємств, і у 2019 році їх кількість збільшилася до 48603 од.

Відповідно до наведених даних, можемо припустити, що криза вплинула не тільки на економіку, але й на розвиток підприємств. Зменшення фінансового результату та збільшення кредиторської заборгованості негативно вплинули на показники ліквідності та платоспроможності підприємств, а в подальшому призвели до банкрутства підприємств. Наслідки для України були такі: збільшення кількості безробітних, зменшення кількості надходжень до державного бюджету у вигляді податків та зборів, зниження попиту на товари тощо.



Рисунок 1 – Динаміка кількості промислових підприємств

Далі пропонуємо розглянути промислові підприємства Сумської області та проаналізувати їх діяльність за період 2015–2019 років для визначення ймовірних змін під впливом кризи 2020 року, а також розглянуті заходи запропонувати заходи для стабілізації та збільшення фінансової стійкості обраних підприємств.

Для аналізу були обрані підприємства, які знаходяться в м. Суми – це ПАТ «Сумхімпром», ПАТ «Сумський промпроект», АТ «Сумське машинобудівне науково-виробниче об'єднання» та ТОВ «Сумська компанія насосного обладнання». Середнє значення показника абсолютної ліквідності по підприємствам складає 0,12, що не відповідає нормі. Коефіцієнт загальної ліквідності показує реальний стан підприємства. За даними розрахунків майже в нормі знаходяться показники ПАТ «Сумхімпром», показник становить в середньому 1,57. Найнижчі показники у АТ «Сумське машинобудівне науково-виробниче об'єднання» і у 2019 році дорівнював 0,65, тому можна стверджувати, що підприємство не в змозі погасити свої зобов'язання поточними активами. Коефіцієнт мобільності активів на АТ «Сумське машинобудівне науково-виробниче об'єднання» та ТОВ «Сумська компанія насосного обладнання» відповідає нормі, і в середньому становить 0,82. Коефіцієнт співвідношення активів майже у всіх підприємств відповідає нормі і дорівнює більше 1, але незначні відхилення має ПАТ «Сумхімпром» у 2017–2019 роках, цей показник становить 0,66. Отже, проаналізовані показники ліквідності вказують на нестійкий фінансовий стан та попереджують про вірогідність настання кризового стану.

Фінансово стійке підприємство є платоспроможним, оскільки надходження грошових коштів перевищують витрати, воно спроможне покрити поточну заборгованість та накопичувати власний капітал. Майже всі показники платоспроможності знаходяться в межах норми, але показник частки кредиторської і дебіторської заборгованостей у власному капіталі ПАТ «Сумський промпроект» має незначне збільшення у 2019 році – 0,85 порівняно з 2015 роком –0,38. Коефіцієнти загальної платоспроможності у всіх аналізованих підприємствах знаходяться в нормі, більше 0,2.

Для зміцнення фінансового стану підприємствам необхідно застосувати антикризові заходи, щоб попередити передкризовий та кризовий стан. Важливе значення мають дослідження фінансових результатів та статей балансу, які відображають зобов'язання та платіжні засоби суб'єктів, також це дає змогу робити прогнози, які в свою чергу можуть збільшити грошові надходження або зменшити витрати. Також пропонується проводити моніторинг фінансово-господарської діяльності протягом року та спостерігати й аналізувати статті зобов'язань, щоб мати змогу погасити їх поточними та резервними активами. Наступними заходами можуть бути такі, як планувати створення додаткових резервів для швидкого погашення поточних заборгованостей, створити конкурентоспроможну продукцію та такі умови, які дозволять підприємству працювати в кризовий час без втрати прибутку. Для того щоб показники ліквідності та платоспроможності знаходилися в межах норми, підприємствам необхідно проаналізувати поточний стан діяльності та розробити план дій, що забезпечить розвиток підприємства та дозволить уникнути банкрутства.

Отже, показники ліквідності та платоспроможності є основними індикаторами потенційної загрози банкрутства та настання кризового стану на підприємстві. Більшість із проаналізованих підприємств знаходиться на межі кризового стану та настання банкрутства. Рекомендовано даним підприємствам терміново провести інтегральний аналіз діяльності задля уникнення потенційної загрози банкрутства та визначити перспективні шляхи розвитку.

Список літератури

1. Журавльова Ю. Ю. Сутність платоспроможності підприємства. *Фінанси України*. 2010. № 1. С. 116–120.
2. Школьник І. О. Фінансовий аналіз. Київ : Центр учб. літ., 2016. 368 с.
3. Ткаченко І. П. Фінансовий аналіз: конспект лекції. Кам'янське : ДДТУ, 2018. 223 с.
4. Мішура В. Б., Спіцин В. Є. Економічна сутність, аналіз та оцінка фінансового стану підприємства. *Научный вестник Донбасской государственной машиностроительной академии*. 2017. № 3. С. 121–126.
5. Байрачна Д. О., Соколова Л. В. Моделі оцінки рівня кризового стану промислових підприємств. *Збірник наукових праць магістрантів кафедри економічної кібернетики та управління економічною безпекою*. Харків : Харків. нац. ун-т радіоелектроніки, 2019. С. 32–36.
6. Фінансове забезпечення інноваційної діяльності підприємства : звіт про НДР (заключний)/ кер.: І. Д. Склад. Суми : СумДУ, 2012. 54 с.

7. Механізми вартісно-орієнтованого управління підприємством : звіт про НДР (заключний) / кер.: М. В. Костель. Суми : СумДУ, 2015. 84 с.

УДК 339.138

Безуглая В. А., к.э.н., доцент

Костюкевич Е. А., старший преподаватель

Барановичский государственный университет,

г. Барановичи, Республика Беларусь

ПРОДВИЖЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ С ПОМОЩЬЮ ИНСТРУМЕНТОВ DIGITAL-MАРКЕТИНГА

Из-за обострения конкуренции на рынке образовательных услуг, в последнее время актуализируется вопрос поиска новых инструментов и методов повышения конкурентоспособности учреждений высшего образования. Маркетинговая деятельность учреждений высшего образования расширяется и развивается уже в виртуальном пространстве. Развитие цифровых интернет-технологий предполагает использование традиционных и новых инструментов в глобальной сети Интернет.

Digital-маркетинг как понятие используется для обозначения всех возможных форм цифровых каналов для продвижения всех продуктов (товаров и услуг), а так же брендов. Сюда входят Интернет (сайты, поисковые системы, средства коммуникации и пр.), социальные сети, мобильные устройства (телефоны, планшеты и т.п.), телевидение, радио, и другие формы дигитальных коммуникаций. Digital-маркетинг тесно переплетается с интернет-маркетингом, но в нем уже разработаны ряд техник, позволяющих достигать целевую аудиторию даже в оффлайн среде (использование приложений в телефонах, sms/mms, рекламные дисплеи на улицах и т.д.).

В настоящее время в Республике Беларусь функционирует 51 учреждение высшего образования, среди них 42 государственных учреждений высшего образования и 9 частных УВО. Конкуренция на рынке образовательных услуг между вузами разворачивается сегодня достаточно высока. Такое положение дел требует выхода конкурентной борьбы на новые площадки. Учреждения высшего образования для продвижения своих образовательных услуг используют различные маркетинговые инструменты. И все большее значение приобретает использование инструментов digital-маркетинга. Каждое учреждение высшего образования для повышения конкурентоспособности должно быть представлено на платформах поисковых и рейтинговых систем, на коммуникационных площадках социальных сетей, на страницах веб-сайтов, информационных порталов и т.д. Интернет-представительство учреждений высшего образования становится неотъемлемым инструментом реализации их коммуникационных стратегий [1].

Продвижение образовательных услуг с помощью инструментов digital-маркетинга характеризуется относительно низкой стоимостью, наиболее