

ЗМІСТ

Вступ	5
РОЗДІЛ 1. ГЕНЕЗИС ТА СКЛАДОВІ РЕСУРСНОЇ ТЕОРІЇ.	9
1.1. Наукові погляди на роль ринку у процесах розподілу ресурсів	9
1.2. Гуманізація сутності ресурсів підприємства в контексті економічної теорії	14
1.3. Інтелектуальні засади ресурсних концепцій у теорії стратегічного управління.	24
1.4. Сутність ресурсного підходу та взаємозв'язок його елементів.	33
1.5. Зміст і становлення концепції динамічних організаційних здатностей	43
1.6. Взаємозв'язок між категоріями «ресурси», «економічні ресурси», «фактори виробництва», «капітал» та «активи» за процесним підходом	54
РОЗДІЛ 2. МЕТОДИЧНИЙ БАЗИС УПРАВЛІННЯ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА.	68
2.1. Системне управління ресурсами підприємства	68
2.2. Класифікація та пріоритетні форми ресурсів на різних стадіях бізнес-циклу підприємства.	76
2.3. Інтелектуальні ресурси як домінантне джерело розвитку підприємства	83
2.4. Ціннісно-орієнтоване управління ресурсами	95
2.5. Генеза та концептуальні засади управління продуктивністю ресурсів	103
2.6. Оцінювання стратегічних ресурсів підприємства.	116
2.7. Результативність використання ресурсів підприємства	127
РОЗДІЛ 3. ІНСТРУМЕНТАРІЙ РЕСУРСНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ	145
3.1. Ресурсне забезпечення досягнення стратегічних намірів підприємства	145
3.2. Управління інвестиційним забезпеченням підприємства на засадах системно-інтеграційного підходу	156
3.3. Забезпечення енергоефективності підприємств на основі концепції ресурсної залежності.	170
3.4. Ресурсні аспекти управління доданою вартістю на підприємстві.	186
3.5. Сучасні механізми управління ресурсами дебіторської заборгованості	196

них підприємств, створивши передусім принципово нові умови для активізації їх інноваційного розвитку. Його ресурси значною мірою визначаються характером і специфікою сформованих бізнес-моделей, а також можливостями використання релевантних організаційних форм інноваційної діяльності та адекватних форм і способів її інвестиційного забезпечення. Потужним ресурсом у цьому контексті є інноваційна активність персоналу підприємств.

З поширенням інформаційних технологій у діяльності соціально-економічних систем інформація починає розглядатись як основа для отримання ресурсів більш високого порядку — знань. В умовах постіндустріального суспільства управління знаннями належить до ключових питань підтримки конкурентоспроможності компаній. Знанням як ресурсу, що має визначальне значення в діяльності підприємства, ресурсна теорія приділяє значну увагу. За Ф. Хайєком, конкуренція є процедурою відкриття нових знань. Логіка ресурсної концепції за сучасних умов посилена акцентом на визнання знань як економічного ресурсу розвитку, здатності організаційного навчання для створення нових знань, адекватних перманентно мінливим ринковим можливостям.

Сучасними тенденціями у розвитку ресурсного підходу є розгляд у ролі ресурсів підприємства таких елементів, як внутрішньоорганізаційне підприємництво, корпоративна репутація, формування та ресурсне забезпечення корпоративної соціальної відповідальності. Певною мірою наголос із аналізу внутрішньоорганізаційної природи ресурсів починає зміщуватися на розвиток та використання ресурсів у зовнішньому середовищі в основному за рахунок використання потенціалу відносин із клієнтами, створення на цій основі ефективніших процесів управління ними.

Монографію підготовлено колективом науковців кафедри економіки підприємств і кафедри маркетингу ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», кафедри економіки підприємств Національного університету імені Т. Г. Шевченка, ТОВ «Лореаль-Україна». Авторами окремих розділів є: к.е.н., проф. Г. О. Швиданенко (керівник авторського колективу, вступ, розділ 2, параграф 2.3), д.е.н., проф. О. Б. Бутнік-Сіверський (розділ 4, параграф 4.3), д.е.н., проф. В. П. Кукоба (розділ 6, параграф 6.6), д.е.н., проф. О. І. Олексюк (розділ 4, параграф 4.2), д.е.н., доц. І. А. Павленко (розділ 4, параграф 4.1), д.е.н., проф. А. В. Федорченко (розділ 6, параграф 6.1), к.е.н., проф. О. С. Федонін (розділ 2, параграф 2.6), к.е.н., доц. О. Г. Дерев'янка (розділ 6, параграф 6.3), к.е.н., доц. Л. М. Дзюбенко (розділ 2, параграф 2.7), доц. А. Д. Дмитренко

(розділ 3, параграф 3.5), к.е.н., доц. Л. І. Долгова (розділ 5, параграф 5.4), к.е.н., доц. В. В. Лаврененко (розділ 1, параграф 1.5, розділ 4, параграф 4.5), к.е.н., доц. С. М. Клименко (розділ 1, параграфи 1.3, 1.4, розділ 2, параграф 2.1, розділ 3, параграф 3.6), к.г.н., доц. О. В. Криворучкіна (розділ 2, параграф 2.5), к.е.н., доц. В. М. Кужель (розділ 4, параграф 4.4), к.е.н., доц. О. М. Кузьменко (розділ 4, параграф 4.6), к.е.н., доц. В. М. Кузьомко (розділ 3, параграф 3.7), к.е.н., доц. Ю. В. Литюга (розділ 3, параграф 3.6), к.е.н., доц. Л. А. Петренко (розділ 1, параграф 1.1, розділ 2, параграф 2.2, розділ 5, параграф 5.5), к.е.н., доц. Л. М. Приходько (розділ 6, параграф 6.2), к.е.н., доц. Н. В. Ревуцька (розділ 1, параграфи 1.3, 1.4, розділ 2, параграф 2.1), к.е.н., доц. І. М. Репіна (розділ 1, параграф 1.6), к.е.н., доц. А. О. Семенчук (розділ 2, параграф 2.4), к.е.н., доц. Л. А. Шергіна (розділ 6, параграф 6.5), к.е.н., доц. Г. Є. Ямненко (розділ 6, параграф 6.3), к.е.н. А. В. Зайцева (розділ 6, параграф 6.5), к.е.н., асист. З. О. Бігунова-Новікова (розділ 1, параграф 1.5, розділ 3, параграф 3.2, розділ 5, параграф 5.3), к.е.н., асист. К. С. Бойченко (розділ 3, параграф 3.1), ст. викл. Є. В. Смірнов (розділ 1, параграф 1.2), асп. І. Ю. Гусева (розділ 6, параграф 6.4), асп. Д. Ю. Наконечна (розділ 3, параграф 3.3), асп. Н. В. Сорока (розділ 5, параграф 5.1), асп. Д. Сотнікова (розділ 2, параграф 2.6), асп. Г. В. Янголь (розділ 2, параграф 2.7) студентка, Т. В. Музиченко (розділ 2, параграф 2.7).

відальний підхід до бізнесу підвищує ефективність використання всіх видів ресурсів підприємства.

3.5. Сучасні механізми управління ресурсами дебіторської заборгованості

Дебіторська заборгованість є постійним супутником активної господарської діяльності і важливим компонентом фінансових ресурсів підприємства. Параметри дебіторської заборгованості визначають обсяги і структуру обігових коштів, виручки та інших доходів, тривалість фінансового і операційного циклів, оборотність обігових коштів та активів загалом, ліквідність і платоспроможність підприємства, джерела його грошових коштів.

Виникнення у підприємства дебіторської заборгованості відбувається внаслідок: 1) наданням товарного (комерційного) кредиту своєму контрагентові; 2) порушення договірних домовленостей партнером щодо термінів виконання ним платіжних зобов'язань тощо; 3) попередньої оплати підприємством необхідних товарів, робіт і послуг, надання позик працівникам та іншим, пов'язаним з підприємством, особам, переплати коштів до бюджету та позабюджетних централізованих і децентралізованих фондів тощо. Ресурс дебіторської заборгованості внаслідок надання комерційного кредиту споживачам дозволяє підвищити обсяги реалізації продукції (робіт, послуг). Таке твердження впливає з сучасного маркетингового розуміння товару як трирівневої цінності. Ця концепція трактує надання сприятливих умов розрахунків (дозвіл на відстрочення оплати) за поставлену продукцію (надані послуги, виконані роботи) важливим стимулом для потенційного споживача.

З іншого ж боку, існування дебіторської заборгованості зумовлює імобілізацію обігових коштів у розрахунках. Великі обсяги дебіторської заборгованості можуть зумовити порушення виробничих та інших господарських процесів, замороження капіталовкладень, припинення оплати виставлених підприємству рахунків, невиконання власних зобов'язань та пред'явлення внаслідок цього йому штрафних санкцій тощо. Все це може спричинити зниження ефективності діяльності та призвести до технічної неплатоспроможності суб'єкта господарювання. Тому на сучасному етапі існування потенційної загрози нової фінансової кризи та рецесійних процесів в економіці України вітчизняним суб'єктам господарювання потрібно зосередитися на оптимізації обсягів і структури дебіторської заборгованості як важливого компонента фінансових ресурсів.

Проблеми управління дебіторською заборгованістю завжди залишаються у сфері прискіпливої уваги економічних теоретиків та практиків. Однак, незважаючи на наявність великої кількості наукових праць вітчизняних та зарубіжних вчених у даній сфері, на нашу думку, потребує належного уточнення можливість застосування окремих механізмів менеджменту дебіторської заборгованості за вітчизняних реалій розвитку.

Зважаючи на викладене вище, завданням даного дослідження вбачається ідентифікація актуальності й доцільності застосування окремих методів управління дебіторською заборгованістю суб'єктів господарювання з урахуванням сучасної специфіки та потреб розвитку фінансового і промислового секторів України.

Управління дебіторською заборгованістю передбачає передусім контроль за оборотністю коштів у розрахунках. Причому прискорення оборотності у динаміці розглядається як позитивна тенденція. Для прискорення оборотності дебіторської заборгованості необхідною умовою є ефективна кредитна політика підприємства, яка визначає відносини з клієнтами компанії у сфері постачання продукції (товарів, виконання робіт, надання послуг) та її оплати споживачами. Основні етапи менеджменту дебіторської заборгованості подано на рис. 3.14:



Рис. 3.14. Етапи управління дебіторською заборгованістю

Початковим етапом менеджменту дебіторської заборгованості є, природно, оцінювання ефективності управління нею у попередніх періодах. На даній стадії важливу роль відіграє аналіз динаміки розглянутих нижче параметрів і показників дебіторської заборгованості.

1. Динаміка сукупного обсягу дебіторської заборгованості за попередні періоди та її зіставлення з динамікою обсягів чистої виручки. При цьому свідченням ефективності управління вважаються вищі темпи зростання саме обсягів чистої виручки.

2. Динаміка структури дебіторської заборгованості за «віком» (терміном існування).

3. Динаміка обсягів і структури (за терміном порушення зобов'язань, видами дебіторів) простроченої дебіторської заборгованості.

4. Коефіцієнт відволікання активів (обігових коштів) у дебіторську заборгованість, що показує її частку у сукупній сумі активів (обігових коштів).

5. Коефіцієнт інкасації дебіторської заборгованості, що показує частку оплачених за період сум:

$$K_{\text{ІНК}}^{\text{ДЗ}} = \frac{\text{ДЗ}_{\text{ІНК}}}{Q_{\text{РП}}^{\text{К}}}, \quad (3.1)$$

де $\text{ДЗ}_{\text{ІНК}}$ — обсяг інкасованої (оплаченої) дебіторської заборгованості за період; $Q_{\text{РП}}^{\text{К}}$ — обсяг реалізації продукції у кредит (з відстроченням оплати) за період.

6. Коефіцієнт оборотності (кількість оборотів) дебіторської заборгованості:

$$\text{КО}_{\text{ДЗ}} = \frac{Q_{\text{РП}}^{\text{К}}}{\text{ДЗ}_{\text{СР}}}, \quad (3.2)$$

де $\text{ДЗ}_{\text{СР}}$ — середній за період обсяг дебіторської заборгованості.

7. Період інкасації (середній термін погашення) дебіторської заборгованості:

$$\text{ПІ}_{\text{ДЗ}} = \frac{t_{\text{ПЕР}}}{\text{КО}_{\text{ДЗ}}}, \quad (3.3)$$

де $t_{\text{ПЕР}}$ — тривалість аналізованого періоду.

8. Сума економічного ефекту від утримання дебіторської заборгованості:

$$E_{\text{ДЗ}} = \text{П}_{\text{ДЗ}} - \text{В}_{\text{ДЗ}} - \text{ПВФ}_{\text{ДЗ}}, \quad (3.4)$$

де $P_{ДЗ}$ — обсяг додаткового прибутку, отриманого від реалізації продукції у кредит; $V_{ДЗ}$ — витрати підприємства, пов'язані з наданням відстрочки покупцям та поверненням від них коштів; $ПВФ_{ДЗ}$ — прями фінансові втрати від неповернення боргу покупцями.

9. Коефіцієнт ефективності дебіторської заборгованості:

$$K_{ЕДЗ} = \frac{E_{ДЗ}}{ДЗ_{СР}}. \quad (3.5)$$

Наступним етапом менеджменту дебіторської заборгованості є формування *кредитної політики підприємства*, що визначає технологію оплати контрагентами поставленої підприємством продукції, виконаних робіт та наданих послуг. Розробка положень кредитної концепції має відбуватися на основі цілей та основних параметрів загальнокорпоративної стратегії, фінансової, маркетингової та виробничої політики підприємства. Відправним пунктом такої концепції є вибір типу кредитної політики підприємства. У практиці господарювання знає 3 типи кредитної політики:

✓ *консервативний тип*, що передбачає припинення або мінімізацію кредитування споживачів, скорочення терміну надання кредиту та його обсягів, підвищення вартості кредиту, запровадження жорстких вимог до розрахунків тощо. За цього типу політики підприємство зазвичай вимагає попередньої оплати замовлених споживачем товарів, або розрахунку у момент передавання прав (майнових документів) на них. Така політика застосовується у часи фінансових криз, коли відсутня впевненість у платоспроможності партнерів та дотриманні ними платіжної дисципліни, а також у періоди нестабільного функціонування самого підприємства;

✓ *агресивний тип* політики передбачає широке кредитування покупців з метою нарощування обсягів реалізації, закріплення на окремих ринках та збільшення частки підприємства на них. Агресивна кредитна політика спрямована на максимізацію додаткового прибутку за рахунок розширення обсягу реалізації продукції в кредит, незважаючи на високий рівень кредитного ризику, що супроводжує ці операції;

✓ *помірний тип кредитної політики* балансує вимоги максимізації додаткового прибутку та мінімізації рівня кредитного ризику.

Наступною стадією розробки кредитної політики підприємства є визначення обсягів і джерел фінансування утворюваної дебі-

торської заборгованості. Загалом компанія має орієнтуватися на узгодження потреби мінімізації величини дебіторської заборгованості з потребою створення привабливих для споживачів умов розрахунків. Водночас слід розуміти, що обсяг інвестицій обігового капіталу у дебіторську заборгованість є меншим за її величину. Таке твердження впливає з того, що складовими дебіторської заборгованості є не лише витрати на виготовлення і реалізацію продукції, а й прибуток виробника, непрямі податки тощо. Підприємство ж здебільшого вкладає кошти лише у виготовлення і реалізацію продукції. Зважаючи на це, обсяг необхідних інвестицій у формування дебіторської заборгованості ($I_{ДЗ}$) може бути визначений як:

$$I_{ДЗ} = \frac{Q_{РП}^K \times k_{СВ} \times (t_{СР}^K + t_{СР}^П)}{365}, \quad (3.6)$$

де $Q_{РП}^K$ — обсяг реалізації продукції у кредит (з відстроченням оплати) за період; $k_{СВ}$ — частка собівартості продукції в обсязі реалізації, виражена десятковим дробом; $t_{СР}^K$, $t_{СР}^П$ — середній термін надання кредиту (відстрочення оплати рахунку) та, відповідно, прострочення (затримки) платежу дебіторами, дн.

Отриману суму необхідних інвестицій $I_{ДЗ}$ порівнюють з фінансовими можливостями підприємства. У разі неспроможності підприємства залучити потрібну суму коштів зниженню підлягатимуть обсяги реалізації продукції у кредит, а також слід вжити більш жорстких заходів щодо інкасації дебіторської заборгованості. Водночас аналізують можливі форми кредитування покупців: комерційний кредит з відстроченням оплати за умовами контракту, постачання на умовах відкритого рахунку, комерційний кредит з оформленням заборгованості векселем та консигнацію.

В аспекті ідентифікації вимог до потенційних покупців, яким надаватиметься право відстрочення оплати, визначають індикатори і технологію оцінювання кредитоспроможності клієнта, обсяги необхідних для отримання товарного кредиту закупівель, необхідну тривалість співпраці споживача з підприємством тощо. Кожне підприємство-кредитор самостійно формує технологію оцінювання й сукупність критеріїв кредитоспроможності своїх споживачів, однак типовими напрямками діагностики у таких випадках є:

✓ фінансово-майновий стан споживача, передусім його фінансова стійкість, ліквідність балансу та параметри чистих акти-

вів, що можуть виступати як застави або становити забезпечення кредиту у разі неплатоспроможності покупця й порушення справи про його банкрутство;

- ✓ ефективність господарської діяльності покупця;
- ✓ рівень платіжної дисципліни позичальника та його ділова репутація.

Також вагоме значення для кредитора повинні мати задекларовані споживачем обсяги майбутніх операцій та поточний і прогностичний стан кон'юнктури товарного ринку, на якому функціонує покупець.

Результатом зазначених аналітичних дій може бути групування покупців продукції за рівнем кредитоспроможності й ризику співпраці на три категорії:

- ✓ покупці, яким кредит може бути наданий у максимальному обсязі (на рівні встановленого кредитного ліміту);
- ✓ покупці, яким кредит може бути наданий в обмеженому обсязі, зумовленому рівнем припустимого ризику повернення боргу;
- ✓ покупці, яким кредит не надається (через неприпустимий рівень ризику повернення боргу).

Після цього фінансові та збутові служби підприємства визначають стандартні параметри кредитування (типовий зміст договору купівлі-продажу, термін надання відстрочення, обсяг та вартість товарного кредиту, систему знижок, штрафні санкції за порушення умов договору) та інкасації дебіторської заборгованості (форми і терміни нагадування про заборгованість, можливість та умови пролонгації кредиту, реструктуризації боргу, обставини подання до суду на боржника тощо).

Як уже зазначалося, великі суми дебіторської заборгованості створюють проблему браку обігових коштів, що може призвести навіть до технічної неплатоспроможності суб'єкта господарювання. Тому важливим завданням фінансових і збутових служб підприємства є контроль за рухом і коригування обсягів дебіторської заборгованості. Відстеження динаміки її обсягів та структури здійснюється фінансовими менеджерами у спеціальних реєстрах стану та інкасації дебіторської заборгованості.

Способом коригування обсягів дебіторської заборгованості підприємства є її *рефінансування* — прискорене переведення дебіторської заборгованості у грошові кошти або високоліквідні короткострокові цінні папери. Основні методи рефінансування дебіторської заборгованості відображено на рис. 3.15.



Рис. 3.15. Методи рефінансування дебіторської заборгованості

Операції з обліку векселів, факторингу та форфейтингу передбачають активне залучення до процесу інкасації дебіторської заборгованості фінансово-кредитної установи, що має відповідну ліцензію. Так *облік векселів* — це фінансова операція з продажу переказних векселів банку чи іншій фінансовій установі за дисконтною ціною, що встановлюється залежно від віддаленості до терміну погашення та облікової вексельної ставки. І хоча сьогодні банки¹ декларують широкий спектр послуг операцій з векселями² (продаж вексельних бланків, авалювання та облік векселів, послуги розрахункової палати, зберігання та доміціліяція векселів) однак підходять до таких операцій дуже обережно.

Факторинг — фінансова операція, що передбачає уступку підприємством-продавцем банку або іншій фінансово-кредитній установі права отримання коштів від боржника за певну комісійну винагороду. Після укладання договору факторингу фінансово-кредитна установа перебирає на себе право отримання коштів від покупця, одночасно надаючи підприємству кредит. Спрощену схему факторингової операції подано на рис. 3.16.

¹ <http://ru.unicredit.com.ua/cbillsale/>

² <http://aval.ua/corporate/fnbizn/document/avaluvan/>

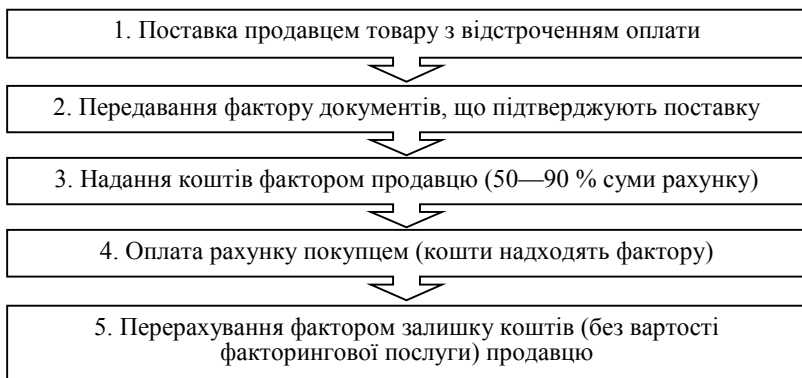


Рис. 3.16. Схема типової факторингової операції

Для початку факторингового обслуговування підприємству необхідно укласти генеральну угоду з фактором. Для цього попередньо слід подати відповідні документи для аналізу фінансовою компанією потенційних ризиків. Такими документами можуть бути фінансова звітність за кілька періодів; оборотно-сальдові відомості за рахунками з покупцями і постачальниками; розшифровка карт дебіторів, стосовно яких і укладається факторингове обслуговування; додаткові документи щодо відносин з дебіторами (контракти, видаткові накладні тощо); установчі та реєстраційні документи.

У договорі факторингу сторони визначають перелік дебіторів-покупців, строк договору, ліміти факторингового обслуговування (як загальні, так і щодо кожного боржника), вартість обслуговування. Аналізуючи доцільність застосування факторингу, слід взяти до уваги, що витрати підприємства під час факторингової операції будуть такими¹:

- ✓ відсотки фінансово-кредитній установі за отримане фінансування;
- ✓ комісійні фінансово-кредитній установі за: обробку документів, пов'язаних з поставкою товару (фіксована сума); адміністрування (облік і управління дебіторською заборгованістю); банківські ризики, пов'язані з несвочасною оплатою або неоплатою поставки товару; незаповнення обумовленого в угоді ліміту фінансування.

¹ Чубарова Я. Факторинг в Україні [Електронний ресурс] / Я. Чубарова. — Режим доступу: <http://www.balance.ua/ua/download/balance/htm/072458.htm>

За офіційними даними Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг, вітчизняний ринок факторингу успішно подолав наслідки світової фінансової кризи 2008—2009 рр., про це свідчить висхідна динаміка обсягів наданих факторингових послуг, які становили у 2008 р. 1448,2 млн грн, у 2009 р. — 1594,9 млн грн, у 2010 р. — 6407,9 млн грн та 3868,7 млн грн за 9 місяців 2011 р.¹ Водночас, за дослідженнями сайту *prostobiz.ua*, з близько 70 юридичних осіб, які отримали ліцензію на надання факторингових послуг, у 2012 р. активними залишалися (як серед банків, так і небанківських фінансових установ) надзвичайно мало і їх кількість ледь досягла в обох секторах по 10 осіб. Вартість послуг факторингу для кожного окремого клієнта визначається індивідуально і у 2012 р. досить сильно варіювалася: єдина вихідна ставка становить від 0,07 % (25,6 % річних) до 0,13 % від суми фінансування за добу (47,45 % реальних річних). При цьому ліміт фінансування відносно виставленого покупцю рахунку на сьогодні як у банків, так і у фінансових компаній становить 70—80 %².

Форфейтинг, на відміну від факторингової операції, передбачає повний продаж боргу, оформленого перевідними документами (перевідним векселем або перевідним акредитивом), з відмовою банку від регресу вимог на кредитора (продавця продукції) у разі неплатоспроможності боржника (покупця). Для покриття такого ризику банк вимагає значної знижки (дисконту) з ціни угоди, що й виступає вартістю рефінансування для підприємства-продавця. Операція форфейтингу застосовується, як правило, у ході здійснення довгострокових експортних поставок продукції. На вітчизняному ринку факторингових послуг лише окремі фінансові організації задекларували потенційну можливість надання форфейтингових послуг.

Спонтанне рефінансування — стимулювання покупців до швидкого погашення виставлених рахунків (тобто мінімізації терміну їх кредитування) через надання знижки за дострокову оплату. Нині для вітчизняних суб'єктів господарювання спонтанне рефінансування, зважаючи на значну вартість факторингових послуг, залишається найбільш дієвим методом рефінансування дебіторської заборгованості. У практиці господарювання використовуються такі способи застосування знижок:

¹ <http://www.dfp.gov.ua/731.html>

² http://www.prostobiz.ua/finansy/factoring/stati/komissiya_za_obslyzhivanie_debitorskoy_zadolzhennosti_ischezaet_obzor_usloviy_nebankovskogo_faktoringa_na_27_iyunya_2012_goda

✓ Оплата у момент доставки (COD — cash on delivery) та попередня оплата (CBD — cash before delivery). За таких умов виставлення рахунку товарний кредит і, тим паче, знижка покупцю не надаються.

✓ Нетто-період кредиту (net period). Такі умови не передбачають надання знижки, однак товарний кредит надається упродовж певного часу.

✓ Нетто-період кредиту з наданням знижки. Крім комерційного кредиту продавець пропонує клієнту скористатися знижкою за оплату виставленого рахунку на початку вказаного нетто-періоду.

✓ Сезонні датування. Цей спосіб застосовується продавцями продукції, споживання якої має яскраво виражений сезонний характер. Метою такого способу комерційного кредитування є стимулювання покупців до розміщення замовлень до настання періоду масового продажу.

У разі злісної відмови дебітора погасити свій борг підприємству слід вдатися до *примусового стягнення заборгованості* шляхом подання відповідного клопотання до господарського суду. Однак такий метод, як і будь-який інший спосіб рефінансування, вимагає від підприємства постійного моніторингу своїх контрагентів у контексті їх фінансово-майнового стану, ефективності діяльності, а також відстежування перспектив розвитку їх цільових ринків.

Оптимізація параметрів дебіторської заборгованості повинна відбуватися через узгодження потреби збільшення обсягів реалізації із завданням мінімізації витрат і втрат від утримання дебіторської заборгованості. Незалежно від обраного способу рефінансування дебіторської заборгованості, цей процес має бути побудований з урахуванням таких орієнтирів:

✓ сукупні витрати підприємства на рефінансування мають бути меншими за очікуваний прибуток від використання вивільнених коштів;

✓ вартість рефінансування для підприємства не повинна перевищувати вартості короткострокових кредитів, що можуть бути залучені для підтримки платоспроможності до інкасації дебіторської заборгованості;

✓ витрати на рефінансування не повинні перевищувати інфляційні втрати у разі затримки платежів.

Напрями подальших наукових досліджень у цій сфері, на нашу думку, мають стосуватися ідентифікації шляхів скорочення вартості рефінансування дебіторської заборгованості, пошуку способів забезпечення належної державної підтримки вітчизняних експортерів.