

Фінансові ризики ведення бізнесу екзогенної природи**та заходи з їх подолання**

В умовах глобалізації, інтенсифікації конкуренції, високої волатильності цін на сировинні товари, значної соціально-економічної турбулентності керівництво підприємств вимушено вживати стратегічних заходів у відповідь на кризові явища в економіці.

В дослідженні [1] зазначається, що підприємства імплементують широку низку стратегічних заходів у відповідь на економічну кризу, спектр яких в значній мірі залежить від зовнішнього середовища, в якому вони оперують. Найбільш поширеними стратегіями в період рецесії є скорочення витрат і звуження господарської діяльності [2, 3]. Дані стратегії можуть бути направлені як всередину підприємства (посилення систем контролю та покращення бізнес-процесів), так і на зовнішнє середовище – наприклад, зміну стратегії ціноутворення [4], зміни у міжнародній орієнтації підприємства [5, 6].

В дослідженні [7] виявлено, що використання виключно фінансової стратегії являє собою неефективний спосіб боротьби з наслідками рецесії. З цієї причини керівництво підприємства має імплементувати широкий інструментарій, що виходить за рамки компетенцій фінансового менеджменту. Науковці [8] наголошують на тому, що контр-циклічна стратегія виробничих інвестицій потенційно веде до кращих господарських результатів під час фази відтворення в порівнянні з стратегіями, що сфокусовані на скороченні витрат і звуженні господарської діяльності. Таким чином, кращі господарські результати як на етапі рецесії, так і пост-кризовому етапі можуть бути досягнуто за рахунок імплементатії збалансованої стратегії, що покриває як короткострокові задачі підвищення операційної ефективності підприємства, так і довгострокові задачі капітального інвестування з метою посилення ринкової позиції [9, 10].

Одним з ключових фінансових ризиків екзогенної природи є інфляція. Інфляція в першу чергу справляє негативний вплив на прибутковість підприємства і управлінські рішення щодо капітальних витрат.

В розрізі проблеми прибутковості масштаби впливу інфляції на результати господарської діяльності підприємства визначаються двома факторами, а саме здатністю підприємства обмежити зростання цін постачальників і підвищувати ціни для споживачів. Підприємства, що мають довгострокові контракти від постачальників з фіксованими цінами та високу частку постійних витрат менш за все схильні до ризику інфляції. Ринкова сила встановлювати підвищені ціни для споживачів також має сприятливий вплив на господарську діяльність підприємства.

Негативний вплив інфляції також відзначається на капітальних інвестиціях підприємства – оборотний капітал має бути рефінансований із зростаючими витратами, вартість необоротних активів також росте. В умовах інфляційного середовища керівництву підприємства необхідно провести роботу з пріоритизації інвестицій і оцінки кредитоспроможності (що впливає на здатність фінансувати капітальні інвестиції). У відповідь на високу інфляцію керівництво має направити свій фокус на ріст ступеню гнучкості підприємства, що можна досягнути за рахунок зниження інтенсивності використання капіталу (наприклад, за рахунок зниження ступеню складності продукції) та створення фінансового буферу в формі підвищеного рівню кредитоспроможності.

Список використаних джерел:

1. Grewal R. Building Organizational Capabilities for Managing Economic Crisis: The Role of Market Orientation and Strategic Flexibility / R. Grewal, P. Tansuhaj. // *Journal of Marketing*. – 2001. – №65. – С. 67–80.
2. DeDee J. Retrenchment Activities of Small Firms During Economic Downturn: An Empirical Investigation / J. DeDee, D. Vorhies. // *Journal of Small Business Management*. – 1998. – №36. – С. 46–61.

3. Michael S. Retrenchment Among Small Manufacturing Firms During Recession / S. Michael, D. Robbins. // Journal of Small Business Management. – 1998. – №36. – С. 35–45.
4. Chou T. Retail Pricing Strategies in Recession Economies: The Case of Taiwan / T. Chou, F. Chen. // Journal of International Marketing. – 2004. – №12. – С. 82–102.
5. Enderwick P. Responding to Global Crisis: The Contribution of Emerging Markets to Strategic Adaptation / P. 5. Enderwick. // International Journal of Emerging Markets. – 2009. – №4. – С. 358–372.
6. Schuh A. Strategy Review for Central and Eastern Europe: Strategic Responses of Foreign Multinational Corporations to the Recent Economic and Financial Crisis / A. Schuh. // 37th EIBA Annual Conference, Bucharest, 8-10 December. – 2011.
7. Laitinen E. Long-Term Success of Adaptation Strategies: Evidence from Finnish Companies / E. Laitinen. // Long Range Planning. – 2000. – №33. – С. 805–830.
8. Wan W. From Crisis to Opportunity: Environmental Jolt, Corporate Acquisitions, and Firm Performance / W. Wan, D. Yiu. // Strategic Management Journal. – 2009. – №30. – С. 791–801.
9. Pearce J. Strategies to Prevent Economic Recessions from Causing Business Failure / J. Pearce, S. Michael. // Business Horizons. – 2006. – №49. – С. 201–209.
10. Rhodes D. Seize Advantage in a Downturn / D. Rhodes, D. Stelter. // Harvard Business Review. – 2009. – №87. – С. 50–58.

УДК 339.012.24

Архирейська Н.В.,

к.е.н., доцент кафедри грошового обігу і кредиту

Університету митної справи та фінансів

Шляхи реформування системи оподаткування суб'єктів ЗЕД

На сьогодні важливим питаннями для України є побудова сучасної конкурентоспроможної, соціально орієнтованої ринкової економіки, інтегрованої в ЄС, забезпечення сталого економічного зростання на інноваційно-інвестиційній основі. Досягнення зазначеної мети можливе лише за умови