

УПРАВЛІННЯ ОБІГОВИМИ КОШТАМИ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто комплексну методику управління обіговими коштами торговельного підприємства. Також висвітлено характеристику переліку груп управлінських рішень, що впливають на стан обігових коштів підприємства. Запропоновано поетапну побудову системи управління фінансами на торговому підприємстві.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сьогодні підприємства функціонують в умовах значної нестачі власних обігових засобів і обігових коштів загалом. На цей час пошук шляхів адаптації існуючого механізму управління до ринкових умов ведеться безсистемно. Необхідно виробити комплексний підхід до формування механізму управління обіговими коштами підприємств в сучасних умовах.

Під час оцінювання ефективності управління обіговим капіталом фінансові служби підприємств, зазвичай, використовують стандартний набір показників, рекомендований Міністерством економіки України, Держкомстатом України. У ринкових умовах виникла потреба в розробленні комплексної системи управління обіговим капіталом та методики оцінювання її впливу на фінансовий стан підприємств. Впровадження таких розробок сприятиме зміцненню фінансової стійкості та платоспроможності, забезпеченню достатнього рівня прибутковості підприємств через оптимізацію обсягів і структури обігового капіталу [2].

На сьогодні, коли здійснюється перехід до ринкових відносин, питання управління обіговими засобами недостатньо висвітлені в літературі. Методики, наведені в літературних джерелах розвинених західних країн, не можуть бути повністю використані в Україні через різницю в економічній ситуації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основи сутності та теорії управління обіговим капіталом розглянуто у наукових працях вітчизняних і зарубіжних учених-економістів: Л. Аврамчука, Л. Бабич, І. Балабанова, Є. Бикової, О. Білейченко, І. Бланка, Є. Брігхема, В. Буряковського, Дж. Ван Хорна, О. Василика, А. Гроппеллі, Л. Драгуна, А. Золотарьова, І. Зятковського, А. Карбовника, В. Ковальова, А. Мазаракі, Л. Мартюшевої, Е. Нікбахта, П. Орлова, Л. Павлової, Ю. Петленко, А. Поддєрьогіна, Г. Поляка, Р. Сайфуліна, Р. Слав'юка, Р. Сороки, В. Столярова, Є. Стоянової, О. Філімоненкова, Є. Хелферта, А. Шеремета, К. Шим Джея та ін. [4].

У цих роботах відображено вітчизняний і закордонний досвід обґрунтування процесу формування і використання обігових коштів підприємства.

Виклад основного матеріалу. Розвиток ринкових відносин істотно змінює економічне середовище функціонування підприємницьких структур. Головною ознакою його є конкуренція товаровиробників, які набули повної самостійності та відповідальності за результати фінансово-господарської діяльності. Це зумовлює необхідність забезпечення потреб первинних ланок господарювання обіговим капіталом як складової їх успішного довготермінового розвитку та прогресу національної економічної системи.

Обігові кошти – це сукупність коштів підприємства, що авансуються на створення обігових фондів та фондів обігу і забезпечення їх неперервного кругообігу. Якщо обігові фонди виступають у вигляді предметів праці, то фонди обігу – це кошти, вкладені в запаси готової продукції, товари відвантажені та в дорозі, а також кошти на рахунках та в касі підприємства. З огляду на це, розрізняють обігові кошти у сфері виробництва та у сфері обігу, які в сукупності своїй забезпечують неперервність виробництва та реалізації продукції.

На товарній стадії кругообігу, яку розглядаємо у дослідженні, авансовані обігові кошти виступають у вигляді товарної продукції. Одна частина виторгу від реалізації надходить на відшкодування авансованих обігових коштів, а інша становить нагромадження, яке використовує підприємство відповідно до його планів [5]. У сучасних умовах украї важливо правильно визначати потребу в обігових коштах. Обігові кошти підприємства повинні бути розподілені по всіх стадіях кругообігу у відповідній формі й у мінімальному, але достатньому обсязі.

Формування обігових коштів відбувається у момент організації підприємства, коли створюється його статутна фундація. Джерелом формування в цьому випадку слугують інвестиційні засоби засновників підприємства. В процесі роботи джерелом поповнення обігових коштів є отриманий прибуток, а також прирівняні до власних засобів так звані стійкі пасиви. Це засоби, які не належать підприємству, але постійно перебувають в його обігу.

Формування обігових активів підприємства передбачає:

- а) формування окремих видів обігових активів і загальної їх величини відповідно до обсягу господарської діяльності підприємства. Величина обігових активів підприємства прямо залежить від обсягу його господарської діяльності;
- б) урахування сезонних змін господарської діяльності підприємства під час формування обсягу і складу обігових активів. Потреба в окремих видах обігових активів істотно залежить від сезонних особливостей господарської діяльності для низки підприємств;
- в) забезпечення пришвидшення обіговості обігових активів у межах окремих їхніх видів і загалом. Пришвидження обіговості цих активів дає змогу істотно знизити потребу в них, тому що між швидкістю обігу цих активів і їхніх обсягів є обернено пропорційна залежність. За незмінних величин обігових активів, пришвидшення їхнього обігу дає підприємству додатковий прибуток, тому що в цьому випадку вони забезпечують розширення обсягу його господарської діяльності. Тому обігові активи поділяють на три групи за ступенем обіговості (високообіговість, із нормальною обіговістю, низькообіговість) і розробляють для кожної групи методи з аналізу й управління;
- г) формування принципів фінансування окремих видів обігових активів. З урахуванням специфіки підприємства і стану економічного середовища повинні бути сформульовані принципи фінансування окремих складових елементів обігових активів і обраний адекватний у сформованих умовах підхід до фінансування окремих видів обігових активів – від край консервативного до край агресивного;

д) формування оптимальної структури джерел фінансування обігових активів.

Методологія управління обіговим капіталом торговельного підприємства полягає у комплексному застосуванні економічних та адміністративних *методів управління*. Економічні методи базуються на врахуванні економічних законів розвитку; адміністративні методи ґрунтуються на адміністративній владі керівництва і поділяються на розпорядчі (обмежувальні) та примусові. Різноманітність застосовуваних методів під час управління обіговими активами і поточними зобов'язаннями зумовлена диверсифікацією цілей, об'єктів та функцій управління.

Серед основних *принципів управління* обіговим капіталом варто виділити такі: наукова обґрунтованість процесу управління; комплексність реалізації стратегічної та тактичної мети діяльності, врахування внутрішніх та зовнішніх чинників функціонування обігового капіталу, управління об'єктами обігових активів та джерелами їх фінансування; альтернативність варіантів розроблення управлінських рішень; регламентованість внутрішніми нормативними та регулятивними положеннями; демократичність у розробленні та обговоренні рішень; відповідальність кожного менеджера за результати управлінської праці; безперервність процесу управління відповідно до стадій кругообігу обігових коштів.

Досягнення стратегічної і тактичної мети управління обіговим капіталом торговельного підприємства передбачає дотримання певних *критеріїв управління* – підвищення ліквідності, платоспроможності, рентабельності, обіговості обігових коштів. Оцінюючи відповідні фінансові коефіцієнти використання обігового капіталу, необхідно враховувати величини відхилень їхніх значень від тренда, чим і визначається ефективність менеджменту.

Досліджуючи питання ефективності управління обіговим капіталом торгових підприємств, багато науковців розглядають окремі аспекти та стадії процесу управління, зокрема:

- створення системи управління обіговим капіталом на основі формування його оптимальної структури [2];
- удосконалення методики оцінювання та аналізу обігового капіталу підприємства;
- вибір джерел фінансування; контроль показників формування та ефективності використання обігового капіталу;
- побудова логічно-структурної моделі управління: масштаб діяльності суб'єкта підприємницької діяльності – нормування обігового капіталу – визначення показника фінансової потреби обігового капіталу [1];
- формування структурної методики аналізу й контролю ефективності управління обіговими активами [5] тощо.

Узагальнення результатів досліджень щодо окремих напрямів ефективності управління обіговим капіталом уможливорює комплексне розроблення концептуальних теоретичних положень з урахуванням особливостей складу та руху обігових активів у сфері торгівлі.

Достатність нормальних джерел формування обігових коштів підприємства характеризує загальна величина джерел обігових коштів, яка складається із власних та залучених джерел.

Для виміру джерел формування обігових коштів використовують певні показники. Один із них – власні обігові кошти (ВОК), його розраховують як різницю між власним капіталом та необіговими активами. Існує також показник власних та довготермінових обігових коштів (ВДОК), розрахований як різниця між власним капіталом, забезпеченнями наступних витрат і довготерміновими зобов'язаннями та необіговими активами. Такий показник дорівнює величині обігових коштів, що перебувають у розпорядженні підприємства та не будуть використані у наступному періоді. Загалом зменшення ВОК та ВДОК є негативним, а збільшення – позитивне.

У табл. наведено динаміку зазначених показників для підприємств торгівлі України упродовж 2007-2009 рр. Спостерігаємо нестачу власних обігових коштів, що зростає у 2009 р., порівняно із 2008 р., на 23,5 % $((-62710,4 + 82078,8) / 82078,8)$. На відміну від ВОК, власні та довготермінові обігові кошти зростають у 2009 р., порівняно із 2008 р., на 133,3 % $((37742,7 - 16174,3) / 16174,3)$.

Таким чином, відбувається формування обігових коштів торгівлі за рахунок власних та довготермінових джерел, що свідчить про недокапіталізацію торгівлі та активне використання довготермінових кредитних ресурсів.

Табл. Динаміка власних обігових коштів (ВОК) та власних та довготермінових обігових коштів (ВДОК) торговельних підприємств України у 2007-2009 рр., млн грн

Показники	2007 р.	2008 р.	2009 р.
Власний капітал	80619,8	58426,5	63433,0
Забезпечення наступних витрат і платежів	3044,1	3000,4	3661,0
Довготермінові зобов'язання	67518,0	95252,5	96792,1
Необігові активи	124707,7	140505,1	126143,4
Власні обігові кошти	-44087,9	-82078,8	-62710,4
Власні та довготермінові обігові кошти	26474,2	16174,3	37742,7

Проблема нестачі обігових коштів може успішно вирішуватися за допомогою пришвидшення обігу обігових коштів і здешевлення джерел обігових коштів. Для стабільно функціонального підприємства торгівлі рішення цього завдання складається з таких етапів:

- побудова механізму гнучкої організаційної взаємодії служб і відділів підприємства для ефективного управління наявними засобами;
- побудова системи планування і прогнозування стану обігових коштів;
- залучення дешевших банківських кредитів та інших джерел обігових коштів.

За успішного вирішення перших двох завдань підприємство досягає стабільної платоспроможності, що дає змогу залучати дешевші інвестиції в обіговий капітал.

Механізм управління обіговими засобами не може існувати окремо від інших управлінських механізмів. Рішення в галузі управління обіговими коштами тісно пов'язані зі стратегією підприємства, маркетинговими дослідженнями, прогнозуванням можливих змін державної торговельної політики, соціальної обстановкою на підприємстві, інвестиціями в основні кошти і так далі.

Центром розподілу ресурсів підприємства, зокрема і короткотермінових, є фінансово-економічний відділ, який здійснює безпосереднє управління

обіговими коштами. Плановий відділ готує торгові програми, на основі зібраної статистики з торговельної і збутової діяльності підприємства. Бухгалтерія надає інформацію для податкової інспекції та здійснює податкове планування і складський облік. Дирекція приймає генеральні рішення щодо управління обіговими засобами (зміна виробничого профілю продукції, що випускається, зміна відпускних цін, отримання обігових інвестицій тощо). Маркетинговий відділ виконує маркетингові дослідження ринку. Ці маркетингові дослідження мають підтвердити можливість реалізації продукції, що випускається у встановлених обсягах і цінах зі заданими конструктивними, функціональними, технологічними, експлуатаційними, споживчими та іншими параметрами. У разі невідповідності бажаного і реального стану необхідно вжити заходів, спрямованих або на пошук нових ефективніших рішень, або на коригування цільових орієнтирів із подальшим розробленням плану перспективних заходів.

Якщо дотримуватися традиційного підходу – численних процедур погодження та коригувань планових завдань на кожному рівні управління, то в підсумку рішення неминуче будуть прийматися на основі застарілих даних. Швидкість просування інформації по щаблях управлінської ієрархії повинна не тільки відповідати швидкості змін у зовнішньому середовищі, а й бути вищою внаслідок передбачення розвитку подій. Такого результату можна досягти завдяки забезпеченню швидкого реагування на зміни ситуації і побудову механізму контролю, заснованого на "Зворотному зв'язку". Призначенням планової діяльності повинна стати здатність рішення найрізноманітніших завдань управління в умовах нестійкої зовнішнього середовища. Доцільно розглядати план всього лише як попередній документ, але аж ніяк не остаточний, що не допускає можливості коригування.

За ситуаційного підходу план виступає в ролі підказки і може коригуватися залежно від теперішньої економічної обстановки. Методи вирішення виниклих завдань при цьому можна розглядати з позиції як дослідницького, так і нормативного планування. Тільки поєднання обох видів планування забезпечує комплексний підхід, що враховує гаму можливих наслідків прийняття управлінських рішень.

Це дає важливу перевагу, дає змогу під час розроблення методів управління обіговими засобами не пасивно слідувати за розвитком подій, а активно формувати бажаний розвиток.

Висновки. Рішення в галузі управління обіговими коштами тісно пов'язані зі стратегією підприємства, маркетинговими дослідженнями, прогнозуванням можливих змін державної промислової політики, соціальної обстановки на підприємстві, інвестиціями в основні засоби і т. ін.

Щодо структури обігових коштів, то необхідно відзначити, що немає готових однозначних рішень. Кожне рішення, пов'язане з визначенням рівня грошових коштів, дебіторської заборгованості, запасів товарів, розглянуто як з позиції рентабельності цих видів активів, так і з позиції ліквідності та економічної доцільності авансування в них засобів у певні періоди часу. Останнім кроком модифікації процесу управління обіговими коштами є побудова інформаційної складової механізму управління обіговими засобами. На сьогодні саме цей аспект недостатньо опрацьований у методичній літературі.

Література

1. **Стратегія формування оборотного капіталу підприємств** / Н.П. Луців // Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. праць. – У 5-ти т. – Дніпропетровськ : Вид-во ДНУ, 2007. – Вип. 232, т. 2. – 284 с. – С. 310-316.
2. **Ткаченко С.О.** Управління оборотним капіталом торгової організації : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.01 – Економіка, організація і управління підприємствами / С.О. Ткаченко; Харківський НУ ім. В.Н. Каразіна. – Х., 2005. – 16 с.
3. **Марции В.С.** Економіка торгівлі : підручник / В.С. Марции. – К. : Вид-во "Знання", 2006. – 347 с.
4. **Сорока Р.С.** Управління оборотним капіталом та оцінка його впливу на фінансовий стан підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.01 – Економіка, організація і управління підприємствами, 2005. – 20 с.
5. **Вігуржинська С.Ю.** Економіка підприємства / С.Ю. Вігуржинська. – К. : Вид-во "Освіта", 2003. – 234 с.

Дуда С.Т., Штим З.З. Управление оборотными средствами торгового предприятия

Рассмотрена комплексная методика управления оборотными средствами торгового предприятия. Также отражена характеристика перечня групп управленческих решений, которые влияют на состояние оборотных средств предприятия. Предложено поэтапное построение системы управления финансами на торговом предприятии.

Duda S.T., Shtym Z.Z. Current assets management bussines enterprise

The article describes a comprehensive method of management of funds trading company. Also featured characteristic group list management decisions affecting the status of current funds. A phased construction financial management system for trade enterprises.

УДК 339:637.2

Доц. О.Р. Жидяк, канд. екон. наук – Львівська ДФА

УДОСКОНАЛЕННЯ ВЗАЄМОВІДНОСИН УЧАСНИКІВ РИНКУ МОЛОКА ТА МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Розглянуто взаємовідносини учасників ринку молочної продукції в період трансформації економіки. Запропоновано шляхи вдосконалення цих відносин та напрямки розвитку торгівлі молочними виробами.

Ключові слова: взаємовідносини, ринок, розвиток, торгівля, молокопродукти.

Вступ. В умовах адміністративно-планової економіки, коли молоко і молочні продукти були датовані, інтереси учасників ринку взаємопов'язувалися, головним чином через адміністративний контроль з боку державних органів. В умовах ринкової економіки кожен учасник ринку молока має іншу мету – отримання прибутку, досить часто ігноруючи інтереси інших учасників ринку. Тому питання вдосконалення взаємовідносин учасників ринку молока і молочних продуктів є дуже важливим і актуальним.

Ця проблема належить до економічних у галузі АПК, над якою зосереджували свою увагу такі вчені як С.В. Васильчак, П.Т. Саблук, М.Й. Малік, М.К. Пархоμεць, Т.Г. Дудар, М.М. Ільчук, Ю.Є. Губені, І.Г. Кириленко, О.М. Могильний. Проте вважаємо, що недостатньо вивченими є взаємовідносини учасників ринку молочної продукції у сучасних умовах.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення шляхів вдосконалення взаємовідносин учасників ринку молока і молочних продуктів.