

УДК 336.027

Колодяжна К.А., асистент, ДВНЗ
«Приазовський державний технічний
університет», м. Маріуполь

МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ РОЗРОБКИ ПОЛІТИКИ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ КОШТАМИ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Колодяжна К. А. Методологічні засади розробки політики управління оборотними коштами торговельного підприємства. У статті досліджено суттєвий зміст та сформовано основні етапи політики управління оборотними коштами, також створено структурно-логічний граф методологічних засад розробки політики управління оборотними коштами підприємств торговельної галузі.

Колодяжная Е. А. Методологические основы разработки политики управления оборотными средствами торгового предприятия. В статье исследован существенное содержание и сформированы основные этапы политики управления оборотными средствами, так же создан структурно-логичный граф методологических основ разработки политики управления оборотными средствами предприятий торговой отрасли.

Kolodyazhnaya K. The Development of Methodological Principles of Working Capital Management Policy at the Commercial Enterprise. The article explores the essential content, forms the main stages of working capital management policies and creates structural and logical graph of the development of methodological principles of working capital management policy at the commercial enterprise.

Постановка проблеми. Практичне здійснення виробленої концепції механізму управління оборотними коштами торговельного підприємства неможливе без розробки та обґрунтування конкретної політики управління ними. Чільне місце у цій політиці належить визначенню загального обсягу необхідних підприємству оборотних коштів.

Сукупність цілей, завдань та функцій управління оборотними коштами підприємства, різноманітність їх видів, роль в забезпеченні постійної платоспроможності знаходять своє відображення в так званій політиці управління.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. В теперішній час принципи управління оборотними коштами в повній мірі не пророблені у вітчизняній науковій та методичній літературі, що відбивається на практиці: комплексної політики управління оборотними коштами немає у переважній більшості українських торговельних підприємств. Проблеми формування та вибору політики управління оборотними активами досліджували як вітчизняні (Бланк І.О., Герасимчук М., Воєводін С.А. та ін.), так і зарубіжні вчені (Брігхем Ю.Ф., Бочаров В.В., Ковалев В.В. та ін.). Вчені-економісти виділяють три типи політики управління оборотними активами: помірну, агресивну та консервативну, кожному з яких відповідає певний порядок їх фінансування [1, 2, 3].

Мета статті - дослідити суттєвий зміст та сформувати основні етапи політики управління оборотними коштами, побудувати структурно-логічний граф методологічних засад розробки політики управління оборотними коштами підприємств торговельної галузі.

Викладення основного матеріалу. На нашу думку, вказані три терміни не характеризують суть політики управління оборотними коштами, а свідчать тільки про підходи до її розробки. Вивчення існуючих концептуальних підходів дозволило з'ясувати, що за цими підходами створюються конкретні моделі формування оборотних коштів

залежно від співвідношення власних та позикових джерел.

Узагальнивши різні точки зору на це питання, зазначимо, що політика управління оборотними коштами повинна бути спрямована на вирішення як довгострокових, так і поточних завдань забезпечення підприємства наявними коштами, прискорення їх оборотності, вибір прийнятних джерел фінансування. В основному погоджуючись з думкою І.О. Бланка [1, с. 354-363], ми вважаємо, що політика управління оборотними коштами полягає в формуванні необхідного обсягу і розміщення оборотних коштів, забезпеченні ліквідності активів та платоспроможності підприємства, підвищенні ефективності їх використання та оптимізації джерел фінансування.

Виходячи з вищесказаного, політика управління оборотними коштами, на нашу думку, передбачає здійснення ряду наступних етапів (рис. 1.).

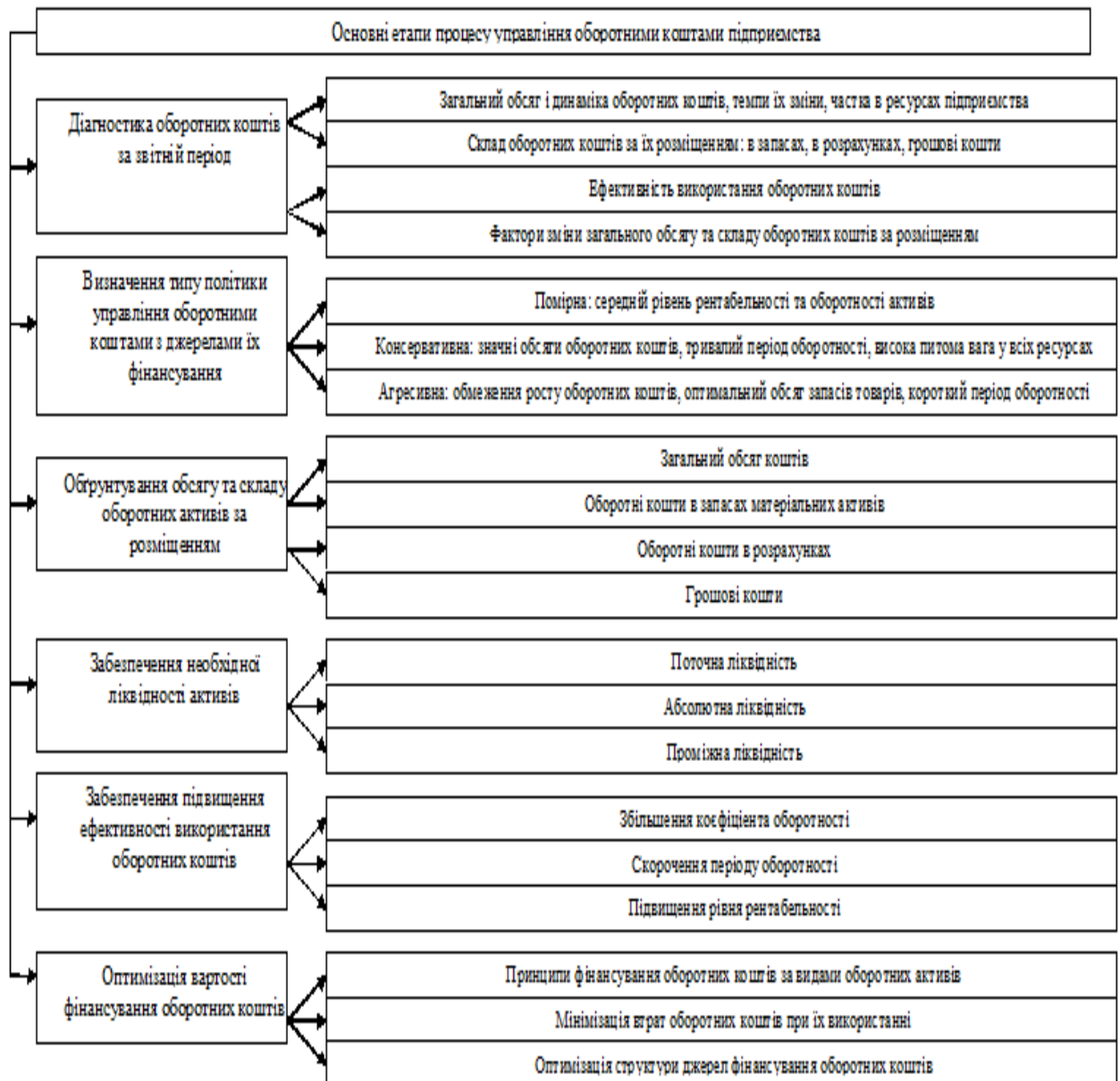


Рис. 1. - Авторський підхід до основних етапів та суттєвого змісту політики управління оборотними коштами торговельних підприємств

Ефективно управляючи оборотними коштами, можна достатньо швидко досягти позитивних результатів через те, що вирішення задачі фінансового оздоровлення обов'язково включає розробку принципів управління оборотними коштами як найбільш

мобільною частиною господарських ресурсів торгівельного підприємства.

Управління оборотними коштами в першу чергу має передбачати визначення оптимальної величини, розробку варіантів фінансування та забезпечення ефективності їх використання. Оптимальна величина оборотних коштів повинна з однієї сторони забезпечувати безперебійне ефективне функціонування підприємства, з іншої – мінімізувати наявність недіючих поточних активів. Необхідний обсяг оборотних коштів слід розглядати з двох позицій: забезпечення їх ліквідності та доходності.

Для обґрунтування обсягу оборотних коштів необхідно врахувати наступне. При низькому рівні оборотних коштів можлива втрата ліквідності і, як наслідок можливі перебої в роботі та втрата доходів. При зростанні величини оборотних коштів ризик втрати ліквідності знижується. При деякому оптимальному рівні оборотних коштів прибуток стає максимальним. Подальше зростання оборотних коштів, приводить до того, що підприємство матиме в своєму розпорядженні надлишкові активи, утримання яких призведе до витрат і зниження прибутку.

Таким чином, політика управління оборотними коштами полягає в пошуку компромісу між ризиком втрати ліквідності та забезпечення ефективності роботи підприємства. Проблема ефективного управління активами є притаманною не лише для України. На думку аналітиків, в основі краху більшості західних компаній лежить відсутність готівки, а не відсутність замовлень.

Багатоаспектність практичних задач управління оборотними коштами та існуючі недоліки описаних в літературі методів управління оборотними активами приводять до висновку, що в сучасних умовах відповідні служби підприємства швидше за все не зможуть скористатися готовими рекомендаціями, а повинні творчо підходити до існуючих методик, в значній мірі самостійно розробляючи адекватні для власного підприємства методики.

Значних успіхів в зниженні загальної потреби в оборотних коштах можна досягти, напрацювавши ефективну політику управління дебіторською заборгованістю. Невиправдана дебіторська заборгованість є іммобілізацією власних оборотних коштів, а перевищення її певного рівня може призвести до втрати ліквідності і навіть зупинки виробництва. Така ситуація досить характерна для національної економіки з її хронічними неплатежами.

Найбільш відомим інструментом інкасації дебіторської заборгованості є надання знижок за швидку оплату продукції. Багато підприємств використовують цей інструмент для прискорення повернення дебіторської заборгованості, однак роблять це інтуїтивно, без серйозних розрахунків, допускаючи при цьому помилки. Застосування механізму знижок за швидку оплату доцільне лише постійним клієнтам при суворому дотриманні ними платіжної дисципліни за термінами та сумами.

Нетрадиційним для національних підприємств, хоча і достатньо перспективним є такий інструмент повернення дебіторської заборгованості як факторинг – продаж дебіторської заборгованості. Це пояснюється високим ризиком неповернення дебіторської заборгованості в наших умовах, досить високими цінами на факторингові послуги, хоча і за кордоном ціни на подібні послуги вище, ніж, наприклад, процентна ставка банківського кредиту. В наших умовах факторинг існує в більшості випадків у вигляді «сірих» схем.

Управління власними грошовими коштами і способи залучення грошових коштів в оборот підприємства є найменш розробленим в національній практиці.

В розвинутих країнах досить широко використовується спосіб резервування власних оборотних активів в легко реалізуемі цінні папери. Для розрахунку оптимальної величини продажу цінних паперів використовуються моделі Баумоля, Міллера-Орра та інші, що дозволяють планувати як стабільні так і змінні грошові потоки [3, с. 354-363].. На жаль, ці методи управління грошовими потоками поки що недоступні більшості національних підприємств через відсутність в країні надійних цінних паперів, традиційної недовіри до фінансових інструментів тощо.

Однією з найважливіших складових управління оборотними коштами є вибір способу їх формування.

Найбільш поширеним, а підчас і єдиним способом фінансування оборотних активів є кредиторська заборгованість. В більшості випадків сучасна ринкова логіка визначення необхідності в оборотних коштах має наступний вигляд: спочатку треба визначити необхідність в валових оборотних коштах для підтримки ділової активності в планових обсягах, а потім оцінити можливості використання в обороті підприємства кредиторської заборгованості та інших залучених коштів. Необхідність у власних оборотних коштах визначається по остаточному принципу. Уміле управління кредиторською заборгованістю дозволяє торгівельним підприємствам значно скоротити потребу в власних грошових коштах. Але слід пам'ятати, що фінансування за рахунок боргів – це добре, але до певної межі. Забагато боргів посилюють ризик і підвищують потенціальну загрозу неплатоспроможності.

Планування можливостей використання кредиторської заборгованості в якості джерела фінансування має свої особливості. Величина і строк обороту кредиторської заборгованості залежить від умов кредиту постачальників. Тому, як правило, необхідно оцінити наступні моменти: чи є дані умови надання кредиторської заборгованості загальними для даної галузі та регіону; чи може змінитися позиція підприємства на ринку і якщо так, то як; наскільки сильні економічні зв'язки постачальників і таке інше.

Використання короткострокових кредитів для фінансування поточних потреб не є сьогодні популярним, що пояснюється їх дороговизною. Проте, відмова від таких кредитів не завжди правомірна. При фінансуванні підприємства, як правило, використовуються як власні так і позикові кошти і ціна джерел фінансування має розраховуватись як середньозважена величина. Прийняття в розрахунок ціни якого-небудь одного джерела може привести до помилкових висновків. При наявності на підприємстві розробленої стратегії ринкової поведінки залучення коштів збільшує його можливості по розширенню діяльності, дозволяє використати ефект фінансового важеля, підвищити рентабельність власних коштів. В іншому випадку банківські кредити замість забезпечення росту компанії, її фінансового оздоровлення можуть спровокувати кризову ситуацію.

Таким чином, наслідками впровадження ефективної політики управління оборотними коштами мають стати: забезпечення безперебійної роботи торговельного підприємства; зниження обсягів надлишкових оборотних коштів, і, як наслідок, зниження витрат на їх фінансування; прискорення обороту оборотних коштів; максимізація прибутку підприємства при збереженні ліквідності.

Узагальнивши різні методичні підходи до обґрунтування потреби торговельних підприємств в оборотних коштах, приходимо до висновку, що вони передбачають використання такого методологічного прийому як техніко-економічні розрахунки потреби в оборотних коштах за окремими елементами, після чого визначається їх загальна сума та джерела фінансування. Проте слід зазначити, що в сучасних умовах розвитку торговельної галузі практичне використання техніко-економічних розрахунків майже неможливе.

На наш погляд, процес визначення потреби в оборотних коштах потрібно починати з розрахунків загального їх обсягу, в залежності від основних результатів і цілей діяльності торговельних підприємств: обсягу товарообігу та прибутку.

Виходячи із визначеного суттєвого змісту поточної політики управління оборотними коштами (див. рис. 1.), одним із найважливіших її завдань і передумов є забезпечення необхідної ліквідності активів та усунення неплатоспроможності підприємства за рахунок його внутрішніх механізмів. Пріоритетність внутрішніх механізмів відновлення платоспроможності визначається тим, що вони можуть бути використані в першу чергу, без додаткових капітальних витрат.

Внутрішні механізми ґрунтуються на внутрішніх резервах. Застосувавши принцип періодичності реалізації заходів щодо мобілізації резервів можна виділити: ретроспективні заходи, спрямовані на усунення минулих «помилочок»; перспективні заходи,

спрямовані на збільшення виручки в найближчому майбутньому. При цьому слід зазначити, що якщо реалізація ретроспективних заходів дає результат одноразово, то результати реалізації перспективних заходів будуть спостерігатися протягом як мінімум найближчих декілька років.

Отже, на сьогоднішній день основною складовою частиною загальної політики розвитку торговельних підприємства повинна бути політика росту товарообороту. Дана політика безпосередньо дозволяє торговельному підприємству формувати достатній обсяг власних фінансових ресурсів і використовувати їх для досягнення стратегічних і тактичних цілей збереження своїх позицій на ринку і розширення діяльності в перспективі.

Крім того, у складі політики управління оборотними коштами велике значення мають методи пошуку резервів по відновленню платоспроможності підприємства. Проф. Лігоненко Л.О. в своїй монографії рекомендує різні методи пошуку резервів по відновленню платоспроможності підприємства [4, с. 354-363].

Докладніше зупинимося на методі, який, знаходячи свою реалізацію у вигляді структурно-логічного графа, дає можливість ефективніше вибирати напрямки мобілізації внутрішніх резервів підприємства. Цей метод ґрунтується на виявленні причинно-наслідкових зв'язків між проблемами підприємств і внутрішніх резервів відновлення платоспроможності (рис. 2.).



Рис. 2. - Структурно-логічний граф методологічних засад розробки політики управління оборотними коштами торговельному підприємстві

Отже підводячи підсумок потрібно визначити, що отримані кошти від господарської діяльності підприємства повинні направлятися в першу чергу на поповнення потреби в оборотних коштах, тому що саме відсутність власних оборотних коштів та/або неможливість одержання короткострокового кредитування і є першопричиною спаду товарообігу та розриву між витратами та надходженнями коштів.

Як було встановлено раніше, у нашому випадку, визначення загальної потреби в оборотних коштах ґрунтується на емпіричному дослідженні причинно-наслідкових зв'язків між сумою коштів, вкладених в оборотні активи (товарні запаси, дебіторську

заборгованість, грошові кошти та інші оборотні активи загалом) та обсягами товарообороту і прибутку. Такий підхід пояснюється тим, що з одного боку – це результати функціонування оборотних коштів, що сприяють досягненню мети діяльності підприємства, з іншого – це умова та джерело функціонування його оборотних коштів.

Із вищесказаного випливає, що основним, базовим завданням у здійсненні обраної політики управління оборотними коштами підприємства слід вважати обґрунтування їх обсягу та складу за розміщенням. Визначаючим етапом у цьому напрямку є розрахунок загального обсягу оборотних коштів, необхідних торговельному підприємству для здійснення своїх цілей і досягнення ефективних економічних результатів.

Висновки:

1. Практичне здійснення виробленої концепції механізму управління оборотними коштами торговельного підприємства повинне ґрунтуватися на конкретній політиці управління ними.

2. Сформовано основні етапи та суттєвий зміст політики управління оборотними коштами підприємств торговельної галузі. Чільне місце у пропонованій політиці належить визначенню загального обсягу необхідних підприємству оборотних коштів, який потрібно розглядати з двох позицій: забезпечення їх ліквідності та доходності.

3. Отже, політика управління оборотними коштами полягає у пошуку компромісу між ризиком втрати ліквідності та вимогою забезпечення ефективної роботи підприємства.

4. Наслідками впровадження ефективної політики управління оборотними коштами мають стати: забезпечення безперебійної роботи торговельного підприємства; зниження надлишкових оборотних коштів; прискорення їх обороту, максимізація прибутку при збереженні ліквідності.

Список використаних джерел:

1. Бланк И.А. Финансовый менеджмент: учебный курс/ И.А. Бланк. – 2-е изд. перераб. и дополн. – К: Эльга, Ника-Центр, 2004. – 656 с.
2. Бригхем Ю. Финансовый менеджмент/ Ю. Бригхем, М. Эрхард: перевод с англ. под ред. к.э.н. Е.А. Дорофеева. – 10-е изд. – СПб.: Питер, 2005. – 590 с.
3. Ковалев В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / В.В. Ковалев, О.Н. Волкова. – М.: ТК Велби; Проспект, 2004. – 424 с.
4. Лігоненко Л.О. Сучасні інформаційні технології економічних досліджень/ Л.О. Лігоненко, Н.П. Кустова, Л.В. Клоченок: Навч. посібник. – К.: Київ. нац. торг-екон. ун-т, 2001. – 103 с.

Ключові слова: дебіторська заборгованість, ліквідність, механізм управління, оборотні кошти, політика управління, прибуток, резерви, товарообіг, торговельні підприємства.

Ключевые слова: дебиторская задолженность, ликвидность, механизм управления, оборотные средства, политика управления, прибыль, резервы, товарооборот, торговые предприятия.

Key words: receivables, liquidity management mechanism, working capital management policy, profits, reserves, trade, commercial enterprise.