

Одночас необхідно забезпечити вигідність кожної комерційної справи. Це означає, що доцільно забезпечувати зважений підхід при виборі постачальників, визначенні обґрунтованої торговельної надбавки, витраті коштів на здійснення комерційної діяльності

Ціна є визначальним чинником формування фінансових результатів. Вона залежить від внутрішніх та зовнішніх чинників. Внутрішнім чинником ціноутворення є рівень ціни закупівлі товарів. Підприємство при здійсненні комерційних угод повинне забезпечувати закупівлю товарів за якомога нижчою ціною. Це може бути досягнуто шляхом скорочення кількості посередників при закупівлі товарів, використання цінових знижок при узгодженні ціни товару, закупівлі партій товарів в період їх сезонного розпродажу.

Отже, перспективним напрямом дослідження цієї проблеми є розробка методики розрахунків факторних впливів на прибуток торговельного підприємства.

### **Література**

1. Виханский О.С. *Стратегическое управление: Учебник. 2-е изд., перераб. И доп.* - М.: Гардарики, 1999. - 296с.
2. Дмитренко Г.А. *Стратегический менеджмент: целевое управление персоналом организации* - К.: МАУП, 2002. - 192с.
3. Лебедева С.Н. *Адаптивне управління прибутком// Фінанси України. - 2004. - №3. - С. 83-89.*

УДК 330.142.26+334.72

О.М. Чубка, О.М. Рудницька

Національний університет «Львівська політехніка»

## **ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМ КАПІТАЛОМ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ**

© О.М. Чубка, О.М. Рудницька, 2009

**Розглядаються питання ефективного управління оборотним капіталом промислових підприємств. Розроблено загальні рекомендації щодо подолання негативів у виробничо-господарській діяльності підприємств.**

**Considered the problems of the efficient working assets management of the industrial enterprise. General recommendation as for the overcoming the drawbacks in the production and business activity of these companies are carried out.**

### **Постановка проблеми**

Оборотний капітал суб'єктів господарювання є складною економічною категорією, в якій переплітаються безліч теоретичних і практичних питань. Серед них досить важливим є організація ефективного управління оборотним капіталом промислових підприємств, що пов'язане із його формуванням, розподілом та використанням та у великій мірі впливає на показники фінансово – господарської діяльності.

Тому в сучасних умовах господарювання велике значення і особливу актуальність мають питання розробки напрямів ефективного управління оборотним капіталом промислових підприємств.

### **Аналіз останніх досліджень і публікацій**

Вивчення наукових джерел показує, що питання ефективного управління оборотними активами промислових підприємств розглядаються в працях А.В.Череп [1], В.Г.Маргосової [2], А.М. Карбовника [3], В.П.Кодацького [4], Л.В.Пан [5], Ю.А.Потійко, І.О.Бланка та інших вчених – економістів. Однак окремі аспекти ефективного управління оборотними активами промислових підприємств потребують подальших досліджень і розробок.

## **Постановка цілей**

Для нормального функціонування кожного підприємства необхідний оборотний капітал. Його раціональне й ощадливе використання – першочергова задача підприємств. Метою роботи є викладення окремих малодосліджених напрямів ефективного управління оборотним капіталом промислових підприємств.

## **Викладення основного матеріалу**

Головною метою управління активами підприємства, у тому числі й оборотними коштами, є максимізація прибутку на вкладений капітал при забезпеченні стійкої і достатньої платоспроможності підприємства. Важливою задачею в керуванні оборотними коштами є забезпечення оптимального співвідношення між платоспроможністю і рентабельністю шляхом підтримки відповідних розмірів і структури оборотних активів. Слід також зазначити, що підприємство повинне підтримувати оптимальне співвідношення власних і позикових оборотних коштів, тому що від цього прямо залежить його фінансова стабільність і незалежність, можливість одержання нових кредитів.

Основна риса сучасного періоду розвитку українських підприємств – нестача оборотних коштів. Тому важливо правильно визначати потребу в оборотному капіталі. Оборотні кошти підприємства повинні бути розподілені по всіх стадіях кругообігу у відповідній формі й у мінімальному, але достатньому обсязі. Наднормативні запаси відволікають з обігу грошові кошти, свідчать про недоліки матеріально – технічного забезпечення, неритмічності процесів виробництва і реалізації продукції. Усе це приводить до омертвіння ресурсів, їхнього неефективного використання. Як відомо, критерієм ефективності керування оборотними коштами служить фактор часу. Чим довше оборотні кошти перебувають в одній і тій же формі, тим за інших рівних умов нижча ефективність їх використання, і навпаки [1].

Для забезпечення безперебійного процесу виробництва підприємство повинно мати відповідні матеріальні оборотні засоби. Невідповідність сировини, матеріалів технічним параметрам виробничої програми веде до збоїв і неритмічності процесу виробництва в плановому періоді. Залишкові запаси заморожують засоби, які можна було б використати в господарському обороті підприємства. Від забезпечення підприємства необхідними матеріальними оборотними засобами, ефективності їх використання залежить виконання встановлених показників динаміки виробництва і реалізації продукції.

На обсяг валової продукції суттєво впливають зміни залишків незавершеного виробництва і напівфабрикатів. Значне зниження фактичних залишків незавершеного виробництва в порівнянні з плановими, з однієї сторони, є позитивним явищем і означає прискорення виробничого циклу. З іншої сторони, це може свідчити і про неправильне планування валової продукції, заниження фактичного випуску готових виробів. Тому необхідно встановити причини зміни вказаних залишків. Головні з них: прискорення чи сповільнення технічного процесу, наявність в складі незавершеного виробництва прихованого браку, призупинення замовлення, приховані нестачі деталей і напівфабрикатів, віднесені до готових виробів незавершеної продукції.

Вагомим елементом інтенсифікації виробничого розвитку промислових підприємств є покращення використання матеріальних ресурсів, які є важливою складовою оборотних засобів. Реалізація стратегії економічного і соціального розвитку промислових підприємств обумовлює використання в господарському обороті все більшу кількість матеріально – технічних ресурсів і збільшує потреби виробництва в різних видах сировини.

Задоволення потреби виробництва матеріальними засобами за рахунок збільшення їх обсягу обмежується розміром запасів і виробництва. Надалі розширення виробництва не може відбуватися тільки на основі кількісного росту елементів виробництва на тій же технічній основі, оскільки це пов'язано з постійним використанням в виробничому процесі додаткових капітальних вкладень і робочої сили. Воно супроводжується подорожчанням тієї ж сировини, палива, викликає необхідність виділення значних засобів на екологічні заходи. В цих умовах велике значення має ефективне використання оборотних засобів підприємства [2].

Ефективність використання матеріальних оборотних засобів створює безпосередній вплив на собівартість продукції через систему показників матеріаломісткості, використання заміників дорогоцінної та дефіцитної сировини, усунення втрат. Тому політика підприємства в сфері зниження собівартості продукції повинна найбільш повно враховувати результати проведеної роботи по зниженню витрат сировини, матеріалів, палива, енергії, зменшення відходів, максимальної утилізації вторинних ресурсів, ліквідації різного роду втрат.

Крім цього, показники оборотних засобів впливають на ліквідність і платоспроможність підприємства; робочий капітал, рентабельність активів; ділову активність, фінансову стійкість та незалежність; дебіторську та кредиторську заборгованість, а також прибуток [3].

Однією з умов забезпечення ефективного управління оборотним капіталом промислового підприємства є вмiле оперування запасами готової продукції, яка є їх ваговою складовою і необхідна для стабільної роботи.

Надмірні товарні запаси негативно впливають на фінансовий стан підприємства. Дуже часто надмірні товарні запаси є результатом простого затоварення, коли кількість певних товарів протягом тривалого періоду збільшується до загрозливого рівня. Коли підприємство робить надмірні вкладення в товарні запаси, його оборотний капітал може зменшитися, і воно буде змушене брати кредити, щоб виплачувати заробітну плату, платити постачальникам і здійснювати поточні витрати. Кредит в певних випадках вигідний, однак кошти, які отримані в кредит, завжди коштують більше, ніж власні. Тому суб'єктам господарської діяльності слід, по можливості уникати таких додаткових затрат. Великі товарні запаси також збільшують ризик збитків через втрату споживчих якостей продукції. Крім того, оборотний капітал, заморожений в товарних запасах, не може бути використаний для більш прибуткових вкладень і зменшить, таким чином, рівень доходності підприємства. В сучасних умовах господарювання мати в наявності досить малий обсяг товарних запасів так само погано, як і дуже великий. Недостатній рівень запасів може часто приводити до відсутності готової продукції на складі, в результаті чого підприємство не зможе здійснити планові поставки.[4]

Контроль за товарними запасами на підприємствах повинен здійснюватися виробничими, логістичними та фінансовими службами. Виробничий відділ повинен контролювати витрати товарних запасів на виробництво, логістичний відділ – ціну і якість товарних запасів, а фінансовий відділ – обсяги їх купівлі і стан розрахунків.

Під час організації управління товарними запасами фінансовий відділ повинен не допустити виникнення таких ситуацій:

- дуже часті нестачі запасів, які можуть призводити до нестачі матеріалів для виконання виробничих планів;
- вкладення досить великої частини оборотного капіталу підприємства в товарні запаси;
- незбалансоване вкладення коштів, які направлені в товарні запаси.

Для достатності оборотного капіталу велике значення має швидкість обороту товарних запасів. Швидкість обороту повинна бути настільки високою, наскільки це можливо з економічної точки зору. Прибуток підприємство може отримати тоді, коли кожна гривня оборотного капіталу, яка вкладена в товарні запаси, обертається. Чим більша швидкість обороту, тим менше шансів в підприємства отримати збитки через псування товарних запасів. Постійний рух матеріальних цінностей – в склади, а потім на виробництво і знову з виробництва в якості готової продукції робить контроль над товарними запасами спільним обов'язком багатьох відділів.

Оптимізувати структуру оборотних активів можна шляхом прискорення їх оборотності, що є першочерговою задачею підприємств у сучасних умовах і досягається різними шляхами. Проблема визначення тривалості періоду обігу активів є дуже актуальною, оскільки позначається на обсягах виробництва та реалізації продукції. Для її вирішення потрібне залучення додаткових коштів із зовнішніх джерел фінансування в сумі, вилученій на фінансування виробничого процесу. Потреба залучення коштів із зовнішніх джерел зумовлюється необхідністю підтримання ліквідності підприємства, яка проявляється у його спроможності своєчасно погашати свої зобов'язання. Відсутність джерел короткострокового фінансування обігових коштів є проявом кризового стану підприємства [5].

За будь – яких умов намагання скоротити час оборотності коштів підприємства досягається підвищенням рівня виробничої діяльності, організацією ефективної системи збуту готової продукції, а також застосуванням сучасних видів розрахунків із постачальниками і покупцями.

#### **Висновки і перспективи подальших досліджень.**

Лише застосування ефективної системи управління оборотними активами дозволить промисловим підприємствам покращити своє фінансове становище та отримати заплановані прибутки. Подальше дослідження питань ефективного управління оборотними активами промислових підприємств має велике значення для покращення їх основних показників фінансово-господарської діяльності, збільшення доходів держави, прискорення соціально-економічного розвитку країни, підвищення благополуччя суспільства.

1. Череп А.В. *Управління витратами суб'єктів господарювання: Монографія.* – Ж.: ВД «ІЖЕК». – 2006. – с.360;

2. Маргосова В.Г. Системний підхід до управління оборотним капіталом на підприємствах харчової промисловості // *Актуальні проблеми економіки*. – 2004. - №7. – с.5
3. Карбовник А. М. Питання забезпечення обіговими коштами підприємств в умовах сучасної української економіки // *Регіональна економіка*. – 2000. - №2. – с.49;
4. Кодацький В.П. Шляхи ефективного управління оборотними активами промислових підприємств // *Актуальні проблеми економіки*. – 2008. - №4. – с.150; 43;
5. Пан Л.В. Управління обіговими коштами підприємницьких структур//*Фінанси України*. – 2000. - №6. – с.37;

**Н.І. Чухрай, А.О. Мавріна**

Національний університет «Львівська політехніка»,

## **ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ**

© Н.І. Чухрай, А.О. Мавріна, 2009

Бажаючи забезпечити конкурентні позиції на ринку, підприємства впливають на вибраний ринок відповідно сформованим комплексом маркетингових інструментів. У широкому розумінні термін *маркетингові інструменти* охоплює будь-які матеріальні і нематеріальні складові ринкової пропозиції, а також засоби, методи і прийоми, які служать виконанню повного діапазону маркетингових функцій, серед яких, підготовчі функції ( дослідження ринку або маркетингове планування), а також - виконавчих функцій, які полягають у безпосередньому впливі на ринок (просування товару, продаж, поставки товарів тощо). Вже з цього поділу виникає, що вихідною множиною для проектування комплексу маркетингу є не повна множина маркетингових інструментів, а тільки та її частина, яка охоплює інструменти, які безпосередньо впливають на потенційного покупця.

Результатом розвитку маркетингу є велика різноманітність маркетингових інструментів, що обумовлено зокрема відмінністю виконуваних функцій, сферою застосування, тривалістю викликаних наслідків, а також вимогами щодо мінімальних обсягів витрат, необхідних для досягнення очікуваної реакції ринку. Формування комплексу маркетингу є, отже, складною оптимізаційною проблемою, сутність якої міститься у прямуванні до отримання найкориснішого для підприємства співвідношення між кінцевим результатом маркетингового впливу і пов'язаними з ним витратами.

У традиційному представленні комплекс маркетингу складений з чотирьох субкомпозицій:

- товару (основні і додаткові функції товару, асортиментна програма, назва товару, упакування, послуги, пов'язані з товаром тощо);
- ціни (основна ціна, знижки, умови платежів, кредит тощо);
- дистрибуції (система каналів дистрибуції і логістичні рішення, які стосуються організації поставок товарів для споживачів);
- просування (особистий продаж, реклама, засоби стимулювання продажу, заходи по зв'язкам з громадськістю тощо).

З точки зору принципу економічності заходів, загалом, можливі є два способи підходу до розв'язання проблеми оптимізації комплексу маркетингу:

- 1) орієнтація на мінімізацію повних витрат отримання бажаної результативності маркетингових заходів,
- 2) орієнтація на досягнення найбільшого ефекту застосування комплексу маркетингу при закладеному обмеженні витрат.

У першому випадку бюджет маркетингу попередньо не визначений, виникає як результат калькуляції витрат, необхідних для досягнення запланованого мети при допомозі певної стратегії і маркетингової програми. Хоча і з теоретичної точки зору такий підхід видається в повній мірі обґрунтованим, то на практиці він рідко застосовується у повній мірі. Адже навіть найбагатші підприємства не можуть абстрагуватися від бюджетних обмежень, виникаючих з довгострокової оцінки економічної ефективності запланованих ринкових заходів. Виникає з цього необхідність розв'язання обговорюваної проблеми на двох етапах прийняття рішень: