

ПОЛІТИКА ФОРМУВАННЯ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ – ЕЛЕМЕНТ УПРАВЛІННЯ ТОРГОВЕЛЬНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

**Власова Н. О.,
Михайлова О. В.**

Україна, Харківський державний університет харчування та торгівлі

Обоснованы основные составляющие политики формирования оборотных активов в системе управления предприятиями торговли: объекты, цели, методы, этапы.

Управління оборотними активами - велика частина фінансового менеджменту на будь-якому підприємстві. Для підприємств торгівлі - це найбільш важлива частина в системі фінансового управління, тому що, по-перше, оборотні активи займають основну частину в загальних активах (до 90 %). У зв'язку із цим відносно невелике зниження їхніх розмірів у результаті раціонального управління може обернутися помітним економічним ефектом. По-друге, оборотні активи відрізняються високою мобільністю, переходячи з одного стану в інше. По-третє, від їхнього розміру, структури й швидкості руху залежать можливості підприємства по нарощуванню обсягів продажів, рівень ліквідності, платоспроможності й рентабельності.

Політика управління оборотними активами важлива, насамперед, з позиції ефективності та забезпечення безперервності поточної діяльності торговельного підприємства. Зміна величини оборотних активів супроводжується й зміною короткострокових пасивів, тому обидва економічних об'єкта звичайно розглядаються спільно. Тобто процес управління оборотними активами складається із двох взаємозалежних етапів:

- управління процесом їх формування (визначення загального обсягу, потреби та оптимізація структури);

- управління процесом їх фінансування (оптимізація джерел фінансових ресурсів).

Якщо процес фінансування оборотних активів лежить у площині тільки фінансового менеджменту, то процес формування оборотних активів впливає із цілей і завдань операційного менеджменту. Комплекс цих завдань і механізми їхньої реалізації повинні знаходити висвітлення в політиці формування оборотних активів, що може розглядатися як самостійний елемент у системі управління і має відповідні об'єкти, цілі і методи.

До об'єктів управління, як вже було відзначено, відносяться загальний обсяг оборотних активів, у тому числі в розрізі основних видів (товарні запаси, дебіторська заборгованість і кошти) та структура (співвідношення різних елементів).

Цілі формування пов'язані з роллю, значимістю й властивостями різних видів оборотних активів у господарській діяльності підприємств торгівлі [2]. До них варто віднести:

- достатність розміру, яка забезпечує потреби підприємства в різних елементах оборотних активів;
- забезпечення високого рівня ліквідності та платоспроможності;
- забезпечення оптимальної швидкості обороту;
- забезпечення високого рівня прибутковості при припустимому рівні ризику.

При цьому варто звернути увагу на протиріччя в системі перерахованих цілей. Високу прибутковість супроводжує високий рівень ризиків і відносно більш низький рівень ліквідності, високий ступінь забезпеченості підприємства оборотними активами знижує їх оборотність. Інакше кажучи, політика формування оборотних активів повинна виходити з пошуку «золотої середини», тобто пошуку компромісу.

До основних методів управління відносяться: планування й нормування потреби; поточне регулювання, розпорядження, використання й маневрування окремими елементами оборотних активів; моніторинг і контроль за їх використанням.

Процес розробки та реалізації політики формування оборотних активів підприємств торгівлі складається з ряду етапів, які можуть бути представленими у такий спосіб:

1. Аналіз загального обсягу, складу та структури оборотних активів підприємства в попередньому періоді, виявлення основних об'єктивних і суб'єктивних факторів, що визначили їх зміни та ефективність використання.
2. Вибір типу політики формування оборотних активів на основі загальних стратегічних і тактичних цілей розвитку підприємства. Визначення ієрархії цілей політики формування оборотних активів.
3. Обґрунтування кількісних характеристик сформульованих цілей (розрахунок потреби в товарних запасах, дебіторській заборгованості, коштах; розрахунок цільового рівня ліквідності, оборотності, рентабельності й ризику).
4. Забезпечення необхідного обсягу всіх видів оборотних активів.
5. Забезпечення оптимального співвідношення постійної та змінної частин оборотних активів.
6. Забезпечення необхідного рівня ліквідності та швидкості обороту оборотних активів.

7. Забезпечення необхідного рівня рентабельності та припустимого рівня ризику оборотних активів.

8. Моніторинг і контроль за поточним станом оборотних активів та прийняття відповідних коригуючих рішень.

4 - 7 етапи політики формування оборотних активів підприємств торгівлі забезпечуються відповідними рішеннями в галузі закупівельної, маркетингової, продажною, розрахунково-кредитної та ін. політик підприємства.

З огляду на двоїсту природу оборотних активів торговельного підприємства в рамках загальної політики формування оборотних активів можна виділити два аспекти: операційний і фінансовий. Операційний аспект стосується політики управління всіма видами товарних запасів і дебіторською заборгованістю. Фінансова сторона пов'язана з питаннями управління рухом грошових коштів, придбанням підприємством боргових зобов'язань. Обидві сторони політики управління оборотними активами взаємозалежні та взаємообумовлені, хоча й представляють різні форми руху оборотних активів.

Тому що цілі та характер використання окремих видів оборотних активів мають істотні особливості на підприємстві, як правило, розробляється самостійна політика формування окремих її видів (товарних запасів підприємства, дебіторської заборгованості, коштів) [3]. Основною метою політики формування оборотних активів при цьому є оптимізація кожної складової оборотних активів та оптимальний синтез цих елементів у їх динаміці.

Таким чином, політика формування оборотних активів орієнтована на забезпечення підприємства в достатньому обсязі оборотними активами в цілому та у розрізі основних видів, а також необхідних рівнів ліквідності, платоспроможності, прибутковості та ризику. У підприємствах торгівлі вона є частиною загальної системи поточного та оперативного управління оборотними активами і являє собою систему принципів і методів обґрунтування та прийняття господарських рішень.

Перелік посилань

1. Круглов М.И. *Стратегическое управление компанией*. – М.: Русская Деловая Литература, 1998. – 768 с.
 2. Михайлова О.В. Економічна природа оборотних активів торгівлі: теоретичні аспекти // *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: Збірник наукових праць*. – Випуск 1 (7). – Харків: ХДУХТ, 2008. – С. 287-292.
 3. Бланк И А. *Управление использованием капитала*. – К.: Ника-Центр: Эльга, 2000. – 651 с.
-