

Моховикова М. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ОБОРОТНИХ КОШТІВ ПІДПРИЄМСТВА

Як і у випадку з основними засобами, головним питанням управління оборотним капіталом підприємства є підвищення ефективності його використання, тобто отримання максимальної вигоди при мінімальних інвестиціях в оборотний капітал [1].

Ефективне використання оборотних коштів є основою його функціонування, забезпечення стабільного стану фінансових ресурсів у процесі та досягнення найвищих результатів діяльності при найменших витратах для підприємства [1].

Коефіцієнт оборотності є важливим показником того, наскільки ефективно використовуються оборотні кошти. Щоб краще зрозуміти значення цього поняття, давайте спочатку розберемося, що таке оборот оборотних коштів підприємства (рис. 1) [2].

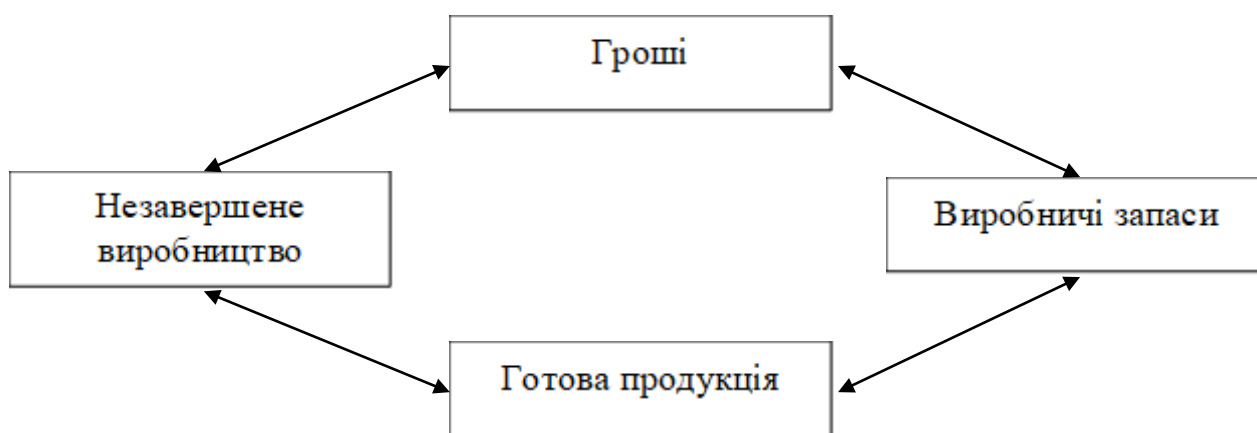


Рис. 1. Оборотні кошти підприємства

Основною метою аналізу оборотних активів є їх виявлення та усунення управлінські прорахунки оборотних коштів та способи їх виявлення та підвищення ефективності його використання. Для аналізу продуктивності використання оборотних активів використовують показник оборотності, або також відомий як показник ділової активності. Необхідно зробити те саме: розраховувати та аналізувати рівні прибутковості оборотних активів, виконуючи

**« ЕКОНОМІКА І МЕНЕДЖМЕНТ 2024 :
ПЕРСПЕКТИВИ ІНТЕГРАЦІЇ ТА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ »**

аналіз факторів інтенсивного та екстенсивного зростання доходів, факторів у використанні оборотних активів, а також в оцінці відносної її абсолютного вивільнення ліквідних активів.

Слід використовувати при управлінні структурами фінансових ресурсів аналітичні методи, які враховують специфічні галузеві характеристики компанії. Такі як, сезонність виробництва та ринкова конкуренція. Збільшення фінансового потенціалу має забезпечити якісні зміни у складі інших елементів економічного потенціалу та створити нові можливості для економічного зростання підприємства [2].

Терміни «оборотні активи» та «оборотний капітал» у загальному ототожнюються, що хоча оборотні активи були вибуті та витрачені на діяльність підприємства. Воно сприяє лише формуванню оборотних коштів. Слід зазначити, що прогрес – це не повна сума передоплати, кошти можуть бути перетворені в капітал, і тільки шляхом забезпечення економічного, соціального або екологічних наслідків. Отже, можна зробити висновок, що: оборотні активи та оборотний капітал – це дві категорії з різними характеристиками. Слід використовувати при управлінні структурами фінансових ресурсів аналітичні методи, які враховують специфічні галузеві характеристики компанії, такі як сезонність виробництва, ринкова конкуренція.

Розвиток потенціалу полягає в тому, щоб якісно змінювався склад інших елементів економічного потенціалу, за економічне зростанням підприємства. Аналіз ефективності використання оборотних активів розглянемо на прикладі ТОВ «Балівський ЗБК» (табл. 1).

Таблиця 1

Аналіз ефективності використання оборотних активів ТОВ «Балівський ЗБК»

Показники	Сума, тис. грн		Коефіцієнт оборотності		Тривалість обороту		Відхилення (+, -)	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023	Коеф. оборот.	Трив. обор.
Активи	52861,4	37941,1	3,098	3,821	116,22	94,22	+0,722	-21,88
Оборотні активи	52474,2	37610,7	3,121	3,854	115,36	93,40	+0,729	-21,96
Запаси	14518,1	11791	11,279	12,295	31,92	29,28	+1,025	-2,64
Дебіторська заборгованість	36195	25009	4,52	5,79	79,5	62,11	+1,268	-17,4
Грошові кошти	699,3	10,6	234,11	13675,92	1,54	0,03	+13562,14	-1,51

В табл. 2 показано, що оборотність активів підприємств має тенденцію до зростання. Така перспектива пов'язана із зростанням значень коефіцієнтів оборотності окремих оборотних активів (запаси, дебіторська заборгованість, грошові кошти) відповідно на 1,025 оборотів, 1,268 оборотів та 13562,14 оборотів, що спричинило зменшення тривалості обороту відповідно на 2,64 дні, 17,4 днів та 1,51 день відповідно. Тому компаніям рекомендується продовжувати дотримуватися існуючої політики управління активами. Крім того, компаніям рекомендується використовувати будь-яку можливість для створення системи резервування безнадійної заборгованості, розвивати активну систему стягнення, а також збільшувати розмір статутного капіталу.

Список використаних джерел:

1. Чернишова Л.В., Даниско Ю.І. Аналіз ефективності використання оборотних активів. Полтава: ЦФЕНД, 2017. 132 с.
2. Волкова Н.А. Фінансовий аналіз. Одеса: ОНЕУ, ротاپринт, 2017. 234 с.
3. Примак Т.О. Економіка підприємства: навч. посіб. Київ. 2006. 56 с.
4. Олександренко І.В. Методичні підходи до діагностики оборотних активів підприємства. Одеса. 2014. 178 с.
5. Поддєрьогін А.М., Білик М.Д., Буряк Л.Д. та ін. Фінанси підприємств: підручник. [5-те вид., перероб. та допов.]. Київ: КНЕУ, 2009. 272 с.

Мудрик В. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ЗАСОБИ ПРОСУВАННЯ КОМПАНІЇ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РИНКУ ШВИДКОГО ХАРЧУВАННЯ: ВИВЧАЄМО ПРИКЛАД КОМПАНІЇ MCDONALD'S

У сучасному світі конкуренція на ринку швидкого харчування є надзвичайною. Компанії в цьому секторі постійно шукають способи привернути увагу клієнтів та забезпечити свою конкурентоспроможність. Одним із найяскравіших прикладів ефективного просування на регіональному ринку є компанія McDonald's.

McDonald's – одна з найбільших мереж роздрібної торгівлі, яка починалася як скромний кіоск з гамбургерами, а зараз обслуговує понад сотню країн світу,