

ОПТИМИЗАЦИЯ ОБОРОТНЫХ СРЕДСТВ

О. С. Новикова

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Беларусь

Научный руководитель С. С. Дрозд

В настоящее время на многих предприятиях Республики Беларусь не хватает оборотных средств, необходимых для стабильной работы. Решение этой проблемы влияет на прибыль организации, качество выпускаемой продукции и выполняемых работ, размеры оплаты труда и многое др.

Оборотные средства – это денежные средства, авансированные (вложенные) в оборотные производственные фонды и фонды обращения, необходимые для обеспечения непрерывности процесса производства и реализации продукции. К ним обычно относятся материалы, сырье, топливо, энергия, полуфабрикаты, незавершенное производство, расходы будущих периодов, готовая продукция. Стоимость оборотных средств определяется суммированием стоимостей их отдельных видов.

Один из ключевых аспектов оптимизации оборотных активов – управление дебиторской задолженностью.

Необходимость правильного управления уровнем дебиторской задолженности определяется не только стремлением к максимизации денежных потоков предприятия, но и желанием снизить издержки организации, возникающие из-за того, что любое увеличение дебиторской задолженности должно быть профинансировано каким-либо способом:

- за счет роста внешних заимствований (средств кредиторов или ссуд банков);
- за счет собственной прибыли.

Белорусская экономика в последние несколько лет продемонстрировала резкое ухудшение качественных показателей. Данные Белстата, приведенные в табл. 1 за период 2010–2012 гг., свидетельствуют о резком увеличении дебиторской задолженности.

Таблица 1

Данные по дебиторской задолженности

Показатели	Единицы измерения	2010 г.	2011 г.	2012 г.
Дебиторская задолженность	млрд р.	49 457	107 058	155 105
Из нее: просроченная	млрд р.	7 387	11 617	17 175
Удельный вес просроченной дебиторской задолженности в общей сумме дебиторской задолженности	%	14,9	10,9	11,1
Внешняя дебиторская задолженность	млрд р.	9 010	32 080	44 784
Из нее: просроченная	млрд р.	994	2 730	2 041
В процентах	%	2,0	2,6	1,3

Исходные данные могут говорить о постоянном и значительном увеличении объемов реализации продуктов или услуг с отсрочкой платежа. Чем больше и дольше увеличивается объем продаж, тем значительнее становится вопрос о нехватке оборотных средств. Также это может свидетельствовать об ослаблении финансового положения клиентов, которые требуют увеличения отсрочки платежа. В большинстве случаев это вполне нормальная практика, которая при грамотном подходе позволяет продавцам увеличить объем продаж и одновременно получить лояльного клиента. В-третьих, это слабая организация работы всей структуры предприятия. Обычно это быстро выявляется и проводятся необходимые изменения.

В целом рост дебиторской задолженности приводит к ухудшению финансового положения предприятия. Это свидетельствует о недостатках работы предприятия и, в первую очередь, маркетинговой службы. Поэтому для улучшения работы предприятия необходимо провести анализ и сделать соответствующие выводы.

Для примера возьмем предприятие пищевого производства Гомельской области СП ОАО «Спартак» и проанализируем динамику изменения структуры оборотных средств (табл. 2).

Таблица 2

Динамика изменения структуры оборотных средств

Вид средств	Наличие средств, млн р.			Абсолютное изменение	
	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2011 г. к 2010 г.	2012 г. к 2011 г.
Запасы	64458	137760	123169	73302	-14591
Расходы будущих периодов	686	322	736	-364	414
Краткосрочная дебиторская задолженность	5914	14451	141194	8537	126743
Краткосрочные финансовые вложения	593	350	23	-243	-327
Денежные средства и их эквиваленты	3169	7743	22783	4574	15040
<i>Итого</i>	117892	267413	411076	149521	143663
Кредиторская задолженность	28736	88620	75596	59884	-13024

Из табл. 2 видно, что все показатели краткосрочных активов в течение трех лет были увеличены (кроме краткосрочных финансовых вложений). Самое значительное увеличение денежных средств произошло за счет краткосрочной дебиторской задолженности. Ее увеличение приводит к отвлечению оборотных средств непосредственно из оборота, т. е. может привести к уменьшению средств на счетах, что отрицательно влияет на платежеспособность предприятия. Увеличение дебиторской задолженности сигнализирует о недостаточном контроле за платежно-расчетной дисциплиной на предприятии (в случае значительного увеличения задолженности покупателей или заказчиков перед Вами).

Так как на данном предприятии не наблюдается таких показателей, как просроченная дебиторская задолженность, то это свидетельствует о том, что увеличение дебиторской задолженности приводит к увеличению и кредиторской задолженности, что является негативным моментом на СП ОАО «Спартак».

Предприятию СП ОАО «Спартак» можно предложить следующие рекомендации, позволяющие управлять дебиторской задолженностью и в целом повысить оборачиваемость капитала:

- контролировать состояние расчетов с потребителями по отсроченным (просроченным) задолженностям;
- по возможности ориентироваться на большее число потребителей с целью уменьшения риска неуплаты одним или несколькими крупными покупателями;
- следить за соотношением дебиторской и кредиторской задолженности: значительное превышение дебиторской задолженности создает угрозу финансовой устойчивости предприятия и делает необходимым привлечение дополнительных (как правило, дорогостоящих) источников финансирования;
- сокращать продолжительность производственного цикла за счет интенсификации производства, т. е. использовать новейшие технологии, механизацию и автоматизацию производственных процессов, повысить уровень производительности труда, более полно использовать производственные мощности предприятия, трудовые и материальные ресурсы и др.;
- улучшить организацию материально-технического снабжения с целью бесперебойного обеспечения производства необходимыми материальными ресурсами и сокращения времени нахождения капитала в запасах;
- ускорить процесс отгрузки продукции и оформление расчетных документов;
- повысить уровень маркетинговых исследований, направленных на ускорение продвижения товаров от производителя к потребителю (включая изучение рынка, совершенствование товара и форм его продвижения к потребителю, формирование правильной ценовой политики, организацию эффективной рекламы и т. п.).

Л и т е р а т у р а

1. Зайцев, Н. Л. Экономика, организация и управление предприятием : учеб. пособие / Н. Л. Зайцев. – М. : ИНФРА-М, 2012. – 456 с.
2. Статистический ежегодник 2013 / И. А. Костевич [и др.] ; под ред. В. И. Зиновского // Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – 2014. – 578 с.