

аудиту зовнішніх і внутрішніх комунікацій. Методологія такого аудиту повинна включати [2]: аналіз структури та типу управління організації (визначення стилю управління та комунікаційної політики, оцінку величини та розгалуженості структури, визначення цілей і цінностей, декларованих керівництвом); збір інформаційних матеріалів; ведення комунікаційного щоденника; аналіз отриманої інформації: контент-аналіз текстових матеріалів; аналіз результатів інформаційних потреб працівників тощо.

Література:

1. Постанова КМУ «Про порядок утворення структурних підрозділів внутрішнього аудиту та проведення такого аудиту в міністерствах, інших центральних органах виконавчої влади» від 28 вересня 2011 р. № 1001 – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [zakon.rada.gov.ua/laws/show/1001-2011-п](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1001-2011-п).

2. Кочинев Ю.Ю. Аудит организаций различных видов деятельности/ Ю.Ю.Кочинев. – Спб: Издательство: Питер, Серия: Бухгалтеру и аудитору. 2010. – 288с.

УДК 658.14.17

**Жукевич С.М.,**

к.е.н., доцент кафедри обліку в бюджетній та соціальній сфері,  
Тернопільський національний економічний університет

## **АНАЛІТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА**

Економічні перетворення, які здійснюються в Україні, потребують удосконалення управління оборотним капіталом підприємства. Фінансова діяльність підприємства тісно пов'язана з формуванням і використанням оборотного капіталу. Йому належить особливе місце у структурі капіталу підприємства і від якості управління залежить безперервність процесу виробництва та реалізації продукції, ліквідність підприємства, його платоспроможність і рентабельність. Крім того, оборотний капітал бере безпосередню участь у створенні нової вартості, функціонуючи в процесі кругообороту всього капіталу. Оборотний капітал обертається швидше, ніж основний. Тому зі збільшенням частки оборотного капіталу в загальній сумі авансованого капіталу час обороту всього капіталу скорочується, а отже, уможлиблюється зростання нової вартості, тобто прибутку. Відтак, управління ним має актуальне значення для поліпшення чи стабілізації фінансового стану підприємства.

Оборотний капітал - це сукупність майнових цінностей підприємства, що

обслуговує господарський процес і повністю використовується впродовж одного операційного (виробничо-комерційного) циклу. У практиці бухгалтерського обліку до них відносять майнові цінності (активи) всіх видів зі строком використання менше від одного року або операційного циклу, якщо він перевищує рік [1].

При здійсненні ефективного аналізу оборотного капіталу фінансовий аналітик враховує суть цього поняття і такі його ознаки: оборотні активи підприємства формуються і використовуються з досить локальною метою — для обслуговування лише операційної діяльності; оборотні активи належать до складу так званих мобільних активів підприємства (швидко можуть бути перетворені в гроші); значна (порівняно із необоротними активами) різноманітність видів, груп та конкретних найменувань оборотних активів значно ускладнює процес поточного управління ними та потребує забезпечення певної гнучкості; відповідно до практики бухгалтерського обліку до оборотних активів включають певні види засобів праці, які віднесені до складу малоцінних та швидкозношуваних предметів; формування оборотних активів підприємства нерозривно пов'язано із конкретними джерелами капіталу, що забезпечують це формування [2].

Аналіз оборотних активів здійснюють за такими напрямками: аналіз складу та структури оборотних активів; оцінка оптимальності визначеної потреби підприємства в оборотних активах; аналіз джерел формування оборотних активів; оцінка маневрування оборотними активами; аналіз оборотності оборотних активів за звітний період; аналіз виробничих запасів і дебіторської заборгованості; аналіз грошових коштів на підприємстві; аналіз збереження та ефективного використання оборотних активів.

Щодо інформаційної бази для здійснення аналізу оборотного капіталу є фінансова звітність підприємства, дані аналітичного й синтетичного обліку та інша економічна інформація щодо виробничо-комерційно-господарської діяльності підприємства.

Стан оборотних коштів підприємства характеризується насамперед наявністю їх на певну дату. Відповідно до П(С)БО 2 «Баланс» наявність власних оборотних коштів підприємства визначається як різниця між підсумком розділу I пасиву балансу «Власний капітал» (рядок 380) та підсумком розділу I активу балансу «Необоротні активи» (рядок 080) (ф. № 1). Отже, із суми розділу I пасиву балансу «Власний капітал» (рядок 380) та суми рядка 430 «Забезпечення наступних витрат і платежів» вираховується сума показників розділу I активу «Необоротні активи» (рядок 080) [2].

Ефективне використання оборотного капіталу підприємств характеризують три основні показники – коефіцієнт оборотності оборотного капіталу, період обороту, рентабельність оборотного капіталу. Коефіцієнт оборотності визначається розподілом обсягу реалізації продукції в оптових

цінах на середній залишок оборотних коштів на підприємстві. Він характеризує число обертів, що здійснюється оборотними коштами за певний період, або показує обсяг реалізованої продукції, що припадає на 1 грн оборотних коштів. Період обороту оборотних коштів визначає ту кількість днів, на яку припадає одне обертання. Показник рентабельності оборотних коштів визначається відношенням прибутку від реалізації до середньорічної вартості оборотних коштів.

Однак, управління оборотним капіталом має забезпечити пошук компромісу між ризиком втрати ліквідності й ефективністю роботи. Це зводиться до вирішення двох важливих завдань: рівень оборотного капіталу повинен забезпечувати платоспроможність підприємства. Одночасно він (рівень) повинен бути оптимальним в обсязі, структурі й рентабельності. Адже різні рівні поточних активів по-різному впливають на прибуток. Відтак необхідне розроблення економічно обґрунтованих величин оборотних коштів, потрібних для організації нормальної роботи підприємства. Мова йде про нормування оборотних коштів, яке сприяє виявленню внутрішніх резервів, скороченню тривалості виробничого циклу, швидкій реалізації готової продукції [3].

#### Література:

1. Мних Є.В. Фінансовий аналіз: навч. посіб./ Є.В.Мних, Н.С.Барабаш. – К.: Київ.нац.торг.-економ.ун-т, 2010. – 412 с.
2. Білик М.Д. Фінансовий аналіз: Навч. Посіб/ М.Д. Білик, О.В. Павловські, Н.М. Притуляк, Н.Ю. Невмержицька. – К.: КНЕУ, 2005. – 592 с.
3. Бланк І. О. Фінансовий менеджмент: Навч. Посібник/ І.О. Бланк. – К.: Ельга, 2008. – 724 с.
4. Бондаренко О. С. Методологічні основи управління оборотними активами підприємств // Інвестиції: практика та досвід/ О.С. Бондаренко. – 2008. – № 4. – С. 120.

УДК 658.7:663.42

**Зарудна Н.Я.,**

аспірантка кафедри обліку у виробничій сфері,  
Тернопільський національний економічний університет

### **НЕОБХІДНІСТЬ ПРОВЕДЕННЯ АНАЛІЗУ ДОГОВІРНИХ ВІДНОСИН ІЗ ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ МАТЕРІАЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ**

Щоб дослідити ефективність організації процесу постачання на пивоварному підприємстві необхідно виконати наступні дії: вивчити наявність договорів на поставку матеріальних цінностей, умови поставок та обґрунтувати доцільність