

Н. С. Полякова,
кандидат економічних наук,
Автомобільно-дорожній інститут ДВНЗ «ДонНТУ»,
м. Горлівка

МАРКЕТИНГОВИЙ ПІДХІД ДО УРЕГУЛЮВАННЯ ОБСЯГІВ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ВОДОПОСТАЧАННЯ ТА ВОДОВІДВЕДЕННЯ

Постановка проблеми. В сучасних умовах господарювання діяльність підприємств житлово-комунального господарства України характеризується високими обсягами дебіторської заборгованості, урегулювання яких є актуальним та своєчасним. Вирішення цієї проблеми потребує застосування нових сучасних підходів й методів аналізу, які враховують фактори впливу на обсяги дебіторської заборгованості, обумовлюють рекомендації щодо управління заборгованістю із одночасним співставленням її з обсягами наданих послуг підприємствами житлово-комунальної галузі усім категоріям споживачів, з показником стабільності користування послугами тощо.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання управління дебіторською заборгованістю й урегулювання її обсягів розглядаються в працях багатьох вчених-економістів: В. Блонської [1], Є. Дубровської [2], Т. Єдинак [3], А. Жамойди [4], Р. Іванчука, О. Іванчук [5], О. Маркус [6], О. Топоркової, Т. Євлаш [7]. Проблеми вдосконалення управління дебіторською заборгованістю на підприємствах житлово-комунального господарства досліджували Л. Бражнікова [8], Ю. Петрушевський [9], В. Полуянов [10], І. Юрченко [11]. Сучасні підходи та методи аналізу дебіторської заборгованості, в тому числі й маркетингові, використовують такі науковці, як Є. Бузукова [12], Ю. Макогон, М. Корж [13], Н. Соколова, І. Томшинська [14], О. Хамлова [15].

Однак можливість застосування даного аналізу на підприємствах житлово-комунального господарства для урегулювання обсягів дебіторської заборгованості недостатньо висвітлюється. Тому, доцільним виступає застосування маркетингового підходу до аналізу діяльності підприємств водопостачання та водовідведення й формування на його основі рекомендацій щодо управління обсягами дебіторської заборгованості на підприємствах галузі.

Метою дослідження є розробка рекомендацій щодо урегулювання обсягів дебіторської заборгованості на підприємствах водопостачання та водовідведення на основі реалізації маркетингового підходу та сучасних методів аналізу.

Виклад основного матеріалу. Збитковий стан підприємств житлово-комунального господарства України потребує застосування сучасних підходів аналізу обсягів дебіторської заборгованості одно-

часно із оцінкою обсягів наданих послуг всім категоріям споживачів, показників стабільності користування послугами тощо. Пропонуємо використання ABC та XYZ-аналізу для групування категорій споживачів послуг в залежності від обсягів та стабільності споживання послуг. Вихідними даними для проведення дослідження виступають квартальні дані фінансової звітності підприємства водопостачання та водовідведення одного з великих міст Донбасу протягом 2013 р. Першим кроком є визначення обсягів надання послуг водопостачання та водовідведення для всіх категорій споживачів й частки кожної категорії в загальному обсязі (табл. 1).

Таблиця 1

Дані про роботу підприємства водопостачання та водовідведення

Категорія споживачів	Обсяг надання послуг водопостачання та водовідведення, 2013 р., тис. м ³					Частка, %
	I квар-тал	II квар-тал	III квар-тал	IV квартал	Разом рік	
Населення	5170	5304	5350	4852	20676	80,11
Державні бюджетні установи	22	30	33	44	129	0,50
Місцеві бюджетні установи	163	172	164	175	674	2,61
Інші споживачі	1284	868	851	1328	4331	16,78
Разом	6639	6374	6398	6399	25810	100,00

Населення міста споживає найбільшу частку послуг водопостачання та водовідведення (80,11%). Суттєвою є частка споживання іншими категоріями – 16,78%. На основі представлених даних проведено ABC-аналіз й запропоновано таке групування категорій споживачів: група А – об'єкти, сума кумулятивних часток яких складає від 1 до 20%; група В – від 20% до 85% від загальної суми часток; група С – від 85% до 100% (табл. 2).

Таким чином, понад 80% всього споживання послуг водопостачання та водовідведення міста притаманне населенню й це становить групу В. Згідно кумулятивній частці таких категорій споживачів як місцеві та державні бюджетні установи, інші споживачі, вони відносяться до групи С. Споживачі, що відповідають групі А, відсутні. Отже,

Таблиця 2

Групування категорій споживачів підприємства водопостачання та водовідведення за результатами ABC-аналізу

Категорія споживачів	Обсяг надання послуг, 2013 р., тис. м ³	Частка в порядку зменшення, %	Кумулятивна частка, %	ABC-група
Населення	20676	80,11	80,11	В
Інші споживачі	4331	16,78	96,89	С
Місцеві бюджетні установи	674	2,61	99,50	С
Державні бюджетні установи	129	0,5	100,00	С

сформовано дві групи споживачів в залежності від обсягів спожитих послуг підприємства житлово-комунального господарства. Доцільно до представлених результатів групування додати аналіз дебіторської заборгованості відповідно по кожній категорії споживачів (табл. 3). Дані про обсяги дебіторської заборгованості є річними даними фінансової звітності аналізованого підприємства за 2013 р.

Таблиця 3

Результати ABC-аналізу у поєднанні з аналізом обсягів дебіторської заборгованості кожної категорії споживачів послуг

Групування категорій споживачів	Обсяг надання послуг, 2013 р., тис. м ³	Частка, %	Категорії споживачів	Обсяг дебіторської заборгованості, 2013 р., тис. грн.	Частка в загальному обсязі дебітор. заборгов., %
Група А	-	-	-	-	-
Група В	20676	80,11	Населення	17550	93,68
Група С	5134	19,89	Інші споживачі, державні та місцеві бюджетні установи	1397,3	6,32
Разом	25810	100,00	-	18947,3	100,00

Результати аналізу свідчать, що споживачі групи В – населення – забезпечують 80,11% споживання послуг водопостачання та водовідведення міста й їх частка в загальній сумі дебіторської заборгованості складає 93,68%. Це є негативною тенденцією функціонування підприємства галузі й вимагає розробки й впровадження рекомендацій щодо урегулювання обсягів заборгованості – зменшення їх обсягів та строків погашення. Споживачі групи С – державні та місцеві бюджетні установи та інші споживачі – використовують 19,89% всіх наданих послуг й мають 6,32% в загальній сумі де-

біторської заборгованості й це є позитивною рисою у зв'язку з тим, що їх частка в загальному обсязі споживання перевищує частку в загальній сукупності дебіторської заборгованості, на відміну від групи В. Запропоноване групування споживачів є доцільним в практичній діяльності підприємств житлово-комунального господарства й має бути використано як один з критеріїв взаєморозрахунків зі споживачами, прийняття рішень про диференціацію підходів до надання послуг, знижок для споживачів тощо.

Отже, ABC-аналіз дозволив простежити взаємозв'язок обсягів спожитих послуг та дебіторської заборгованості в рамках сформованих груп споживачів. З метою отримання всеохоплюючих результатів запропоновано проаналізувати стабільність споживання послуг водопостачання та водовідведення усіма категоріями споживачів на основі XYZ-аналізу. В даному випадку категорії споживачів групуються на основі показника стабільності споживання послуг підприємства галузі, тобто на основі значення коефіцієнта варіації обсягів наданих послуг (табл. 4). Для інтерпретації результатів аналізу, використано наступний розподіл: група Х – коефіцієнт варіації не перевищує 10%; група Y – коефіцієнт варіації має значення від 10% до 25%; група Z – коефіцієнт варіації має значення від 25% й вище.

Таблиця 4

Групування категорій споживачів підприємства водопостачання та водовідведення за результатами XYZ-аналізу

Категорія споживачів	Коефіцієнт варіації, %	XYZ-група
Населення	0,4058	Х
Державні бюджетні установи	65,0419	Z
Місцеві бюджетні установи	12,4487	Y
Інші споживачі	1,9373	Х

Таким чином, категорії споживачів послуг водопостачання та водовідведення такі як населення та державні бюджетні установи характеризуються високим ступенем стабільності споживання послуг й вони складають групу Х. Середній рівень стабільності використання послуг підприємства ЖКГ притаманний місцевим бюджетним установам (група Y), низький ступінь стабільності – іншим споживачам послуг (група Z). Результати аналізу дозволяють підприємства ефективно планувати власну політику надання послуг водопостачання та водовідведення в залежності від стабільності споживання, надавати знижки або пільги для окремих категорій споживачів, коректувати тарифну політику тощо.

Проведене дослідження вимагає одночасного аналізу обсягів наданих послуг, дебіторської заборгованості та стабільності споживання послуг водопостачання та водовідведення усіма категоріями споживачів для отримання всебічних результатів та розробки рекомендацій ефективного управління. Тому, доцільно поєднати результати ABC та XYZ-аналізу діяльності підприємства водопостачання та водовідведення. Для формування загальних висновків щодо урегулювання обсягів дебіторської за-

боргованості на обраному підприємстві запропоновано узагальнити результати аналізів у вигляді матриці, по горизонталі якої зазначені групи X,Y,Z, а по вертикалі – А, В, С. Одночасно із отриманими характеристиками кожної категорії споживачів послуг ЖКГ розроблено рекомендації щодо управління дебіторською заборгованістю в залежності від особливостей кожної категорії споживачів в розрізі мінімізації обсягів заборгованості та строків її повернення (рис. 1).

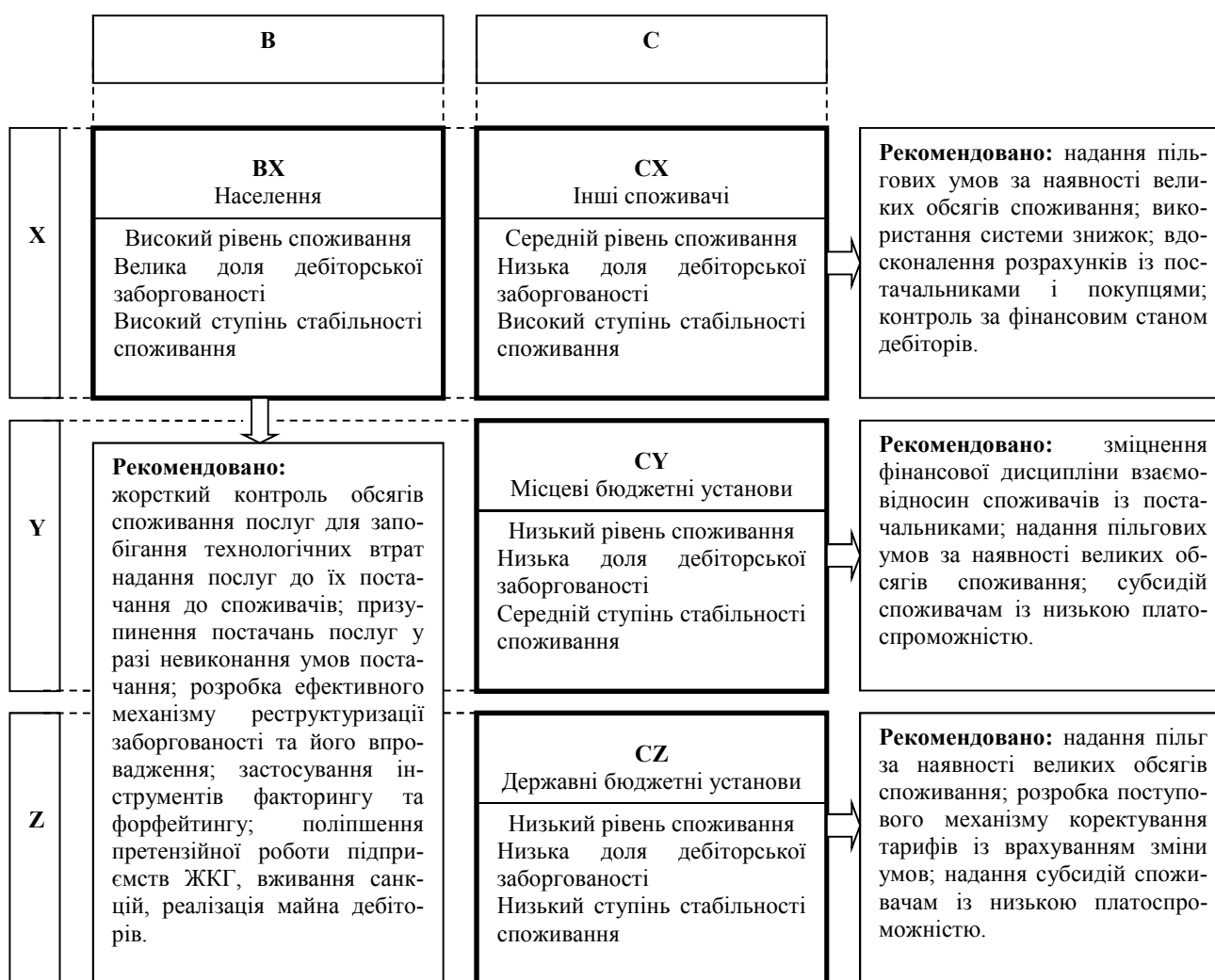


Рис. 1. Рекомендації щодо урегулювання обсягів дебіторської заборгованості на підприємствах водопостачання та водовідведення, сформовані на основі матриці поєднання результатів ABC та XYZ-аналізу

Отже, виходячи з представленої матриці, кожна з категорій споживачів представляє собою окрему групу з особливими характеристиками. Так, населення характеризується високими показниками обсягів споживання, стабільності споживання та високою долею дебіторської заборгованості (група ВХ). Група СZ – державні бюджетні установи – навпаки характеризується найнижчими показниками споживання, дебіторської заборгованості, стабільності споживання послуг.

Групи СХ та СУ характеризуються середніми показниками. У зв'язку з отриманою диференціацією запропоновано рекомендації щодо урегулювання дебіторської заборгованості для кожної категорії споживачів окремо. Так, для зменшення великих обсягів дебіторської заборгованості населення необхідно поліпшувати претензійну роботу підприємства, впроваджувати механізми реструктуризації заборгованості, факторингу, форфейтингу, вживати санкції до дебіторів. Низька доля дебіторської за-

боргованості інших споживачів у поєднанні з середнім рівнем споживання та високим ступенем стабільності користування послугами вимагає вдосконалення розрахунків із постачальниками і покупцями, контролю за фінансовим станом дебіторів з метою недопущення виникнення нової заборгованості. З цією ж метою необхідно регулювання заборгованості місцевих та державних бюджетних установ шляхом зміцнення фінансової дисципліни взаємовідносин споживачів із постачальниками, надання пільгових умов за наявності великих обсягів споживання, субсидій споживачам із низькою платоспроможністю тощо.

Висновки. Проблема управління дебіторською заборгованістю на підприємствах житлово-комунального господарства постає дуже гостро в сучасних умовах господарювання. Запропонований маркетинговий підхід дозволив проаналізувати кожну категорію споживачів підприємства водопостачання та водовідведення з точки зору обсягів та стабільності споживання послуг, обсягів дебіторської заборгованості. На основі проведеного аналізу сформовано чотири групи споживачів із власними характеристиками споживання та запропоновано рекомендації з урегулювання обсягів дебіторської заборгованості із врахуванням характеристик споживачів. Впровадження вищезгаданих заходів у практичну діяльність підприємств галузі дозволить мінімізувати обсяги дебіторської заборгованості та строки її повернення від кожної категорії споживачів. Тому, напрямками подальших досліджень мають стати розробка конкретних заходів із впровадження рекомендацій та визначення економічного ефекту від удосконалення управління дебіторською заборгованістю на підприємствах галузі.

Література

1. Блонська В.І. Вдосконалення управління дебіторською заборгованістю торговельних підприємств в умовах дефіциту оборотних коштів / В.І. Блонська, Н.Б.Толопка // Наука й економіка. – 2009. – № 4 (16). – С. 65–74.
2. Дубровська Є.В. Теоретичні положення управління дебіторською заборгованістю / Є.В. Дубровська // Економіка и управление. – 2009. – № 4. – С. 16–20.
3. Єдинак Т.С. Проблеми управління дебіторською заборгованістю підприємств в умовах фінансово-економічної кризи / Т. С. Єдинак // Держава та регіони. – 2009. – № 3. – С. 54–57.
4. Жамойда А.А. Концепція фінансової конкурентоспособности промислового підприємства / А.А. Жамойда // Економічний вісник Донбасу. – 2009. – № 3 (17). – С. 85–90.
5. Іванчук Р.М. Деякі міркування щодо методологічних засад формування інформації про дебіторську заборгованість / Р.М. Іванчук, О.А. Іванчук

// Економічний вісник Донбасу. – 2005. – № 1. – С. 11–22.

6. Маркус О.В. Оцінка ефективності інвестицій в дебіторську заборгованість / О.В. Маркус // Економічний вісник Донбасу. – 2013. – № 1 (31). – С. 119–122.

7. Топоркова О.В. Управління дебіторською заборгованістю як один з інструментів фінансової політики підприємства / О.В. Топоркова, Т.О. Євлаш // Економічна стратегія і перспектива розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. праць. – Харків: ХДУХТ, 2008. – № 1 (7). – С. 84–89.

8. Бражнікова Л.Н. Некоторые подходы к совершенствованию системы управления дебиторской задолженностью коммунального предприятия / Л.Н. Бражнікова // Вісник економічної науки України. – 2008. – № 2. – С. 13–14.

9. Петрушевський Ю.Л. Трансформація економіки житлово-комунального господарства [Текст] : монографія / Ю.Л. Петрушевський; Нац. акад. наук України, Ін-т економіки пром-сті, Донец. держ. ун-т упр. – Донецьк: ДонДУУ, 2012. – 311 с.

10. Полуянов В.П. «Пассивное» регулирование дебиторской задолженности предприятием жилищно-коммунального хозяйства / В.П. Полуянов // Економіст. – 2003. – № 11. – С. 24–26.

11. Юрченко И.А. Методы управляющего воздействия для сокращения дебиторской задолженности потребителей-юридических лиц / И.А. Юрченко // Менеджер: ДонДУУ. – 2010. – № 1 (51). – С. 119–127.

12. Бузукова Е.А. Анализ ассортимента и стабильности продаж с использованием ABC-анализа и XYZ-анализа [Електронний ресурс] / Е. А. Бузукова. – Режим доступу: http://zakup.vl.ru/files/avs_i_huz_analizi.pdf.

13. Макогон Ю.В. Маркетингова політика в системі управління конкурентоспроможністю промислової продукції [Текст] : монографія / Ю.В. Макогон, М.В. Корж; Донбаська держ. машинобуд. акад. – Краматорськ: ДДМА, 2009. – 244 с.

14. Соколова Н.А. Форфейтинг как способ управления дебиторской задолженностью / Н.А. Соколова, И.Н. Томшинская // Бухгалтерский учет. – 2009. – № 13. – С. 45.

15. Хамлова О. ABC-анализ: методика проведения / О. Хамлова // Управление компанией. – 2006. – № 10. – С. 32–38.

Полякова Н. С. Маркетинговий підхід до урегулювання обсягів дебіторської заборгованості підприємств водопостачання та водовідведення

Запропоновано рекомендації щодо урегулювання обсягів дебіторської заборгованості на підприємствах водопостачання та водовідведення на основі реалізації маркетингового підходу та сучасних методів аналізу. Проблема управління дебіторською заборгованістю на підприємствах житлово-комунального господарства постає дуже гостро. В сучасних умовах господарювання діяльність підприємств житлово-комунального госпо-

дарства України характеризується високими обсягами дебіторської заборгованості, урегулювання яких є актуальним й потребує застосування сучасних підходів аналізу обсягів дебіторської заборгованості одночасно із оцінкою обсягів наданих послуг всім категоріям споживачів, показників стабільності користування послугами. Запропоновано використання ABC та XYZ-аналізу для групування категорій споживачів послуг в залежності від обсягів та стабільності споживання послуг. Для формування загальних висновків щодо урегулювання обсягів дебіторської заборгованості на обраному підприємстві обумовлено поєднання результатів ABC та XYZ-аналізу діяльності підприємства водопостачання та водовідведення. Запропонований маркетинговий підхід дозволив проаналізувати кожну категорію споживачів підприємства водопостачання та водовідведення з точки зору обсягів та стабільності споживання послуг, обсягів дебіторської заборгованості. На основі отриманих характеристик кожної категорії споживачів послуг ЖКГ розроблено рекомендації щодо управління дебіторською заборгованістю в залежності від особливостей кожної категорії споживачів в розрізі мінімізації обсягів заборгованості та строків її повернення.

Ключові слова: дебіторська заборгованість, підприємство водопостачання та водовідведення, ABC-аналіз, XYZ-аналіз, рекомендації, управління.

Полякова Н. С. Маркетинговый подход к урегулированию объемов дебиторской задолженности предприятий водоснабжения и водоотведения

Предложены рекомендации по урегулированию объемов дебиторской задолженности на предприятиях водоснабжения и водоотведения на основе реализации маркетингового подхода и современных методов анализа. Проблема управления дебиторской задолженностью на предприятиях жилищно-коммунального хозяйства стоит очень остро. В современных условиях хозяйствования деятельность предприятий жилищно-коммунального хозяйства Украины характеризуется высокими объемами дебиторской задолженности, урегулирование которых является актуальным и требует применения современных подходов анализа объемов дебиторской задолженности одновременно с оценкой объемов предоставленных услуг всем категориям потребителей, показателей стабильности пользования услугами. Предложено использование ABC и XYZ-анализа для группировки категорий потребителей услуг в зависимости от объемов и стабильности потребления услуг. Для формирования общих выводов по урегулированию объемов

дебиторской задолженности на выбранном предприятии обусловлено сочетание результатов ABC и XYZ-анализа деятельности предприятия водоснабжения и водоотведения. Предложенный маркетинговый подход позволил проанализировать каждую категорию потребителей предприятия водоснабжения и водоотведения с точки зрения объемов и стабильности потребления услуг, объемов дебиторской задолженности. На основе полученных характеристик каждой категории потребителей услуг ЖКХ разработаны рекомендации по управлению дебиторской задолженностью в зависимости от особенностей каждой категории потребителей в разрезе минимизации объемов задолженности и сроков ее возврата.

Ключевые слова: дебиторская задолженность, предприятие водоснабжения и водоотведения, ABC-анализ, XYZ-анализ, рекомендации, управление.

Polyakova N. S. Marketing approach to the settlement of amounts of accounts receivable of enterprises of water supply and sanitation

The article offers recommendations for the settlement of amounts of accounts receivable on water supply and sanitation facilities through the implementation of the marketing approach and modern methods of analysis. Problem receivables management in enterprises of housing and communal services is very serious. In today's economic conditions, activities of enterprises of housing and communal services of Ukraine is characterized by high volumes of accounts receivable, the settlement of which is relevant and requires advanced analysis approaches volumes receivables together with the evaluation of volumes of services provided to all categories of consumers, stability indices using the services. Proposed use of ABC and XYZ-analysis, grouping categories of consumers depending on the size and stability of service consumption. To form general conclusions on the settlement of receivables volumes on the selected enterprise results due to a combination of ABC and XYZ-analysis of water supply and sanitation. Proposed marketing approach has allowed analyzing each category of consumers WSS enterprises in terms of volume and stability of service consumption, the volume of receivables. Based on the characteristics of each category of consumers of housing services developed recommendations for the management of accounts receivable, depending on the characteristics of each category of consumers in the context of minimizing the volume of debt and the timing of its return.

Keywords: accounts receivable, water supply and sanitation enterprise, ABC-analysis, XYZ-analysis, recommendations, management.

Стаття надійшла до редакції 04.07.2014
Прийнято до друку 10.09.2014