

Подольчак Н.Ю., Хотюн Н.В.

УДК 338.984

ОБИГОВИЙ КАПІТАЛ ЯК ОСНОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕРЕВНОСТІ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Актуальність проблеми. Дослідження сутності обігового капіталу є дуже важливим в сучасних умовах конкурентного середовища. Виділення класифікаційних ознак, групування та структурування елементів обігового капіталу необхідне для подальшого формування концептуального підходу до економічного оцінювання та планування обігового капіталу, що забезпечить ефективність функціонування підприємства.

Аналіз останніх досліджень. У теорію обігового капіталу вагомий внесок зробили у своїх працях такі вчені як Брігхем С., Гриньова В., Поддєрьогін А. Також дослідження сутності оборотного капіталу, його складу та структури відображені в працях Білик М., Сороки Р., Петрової Н. Проте в економічній літературі потребують уточнення та систематизації класифікаційні ознаки обігового капіталу, поза увагою залишаються його функції.

Мета роботи. Завданням роботи є теоретичне дослідження сутності поняття обігового капіталу, його функцій, удосконалення класифікації обігового капіталу для подальшого економічного оцінювання з метою забезпечення безперервності ефективного функціонування підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Досліджуючи сутність обігового капіталу, науковці дають наступні визначення цьому поняттю.

За Брігхемом С. Ф.: “Оборотний капітал: інвестиція фірми у короткострокові активи – готівку, ліквідні цінні папери, товарно-матеріальні запаси і рахунки дебіторських заборгованостей” [1, с. 734].

На думку Гриньової В. М., Коюди В. О. та Лепейко Т. І.: “оборотний капітал – це кошти, що обслуговують процес господарської діяльності, які приймають участь одночасно і в процесі виробництва, і в процесі реалізації продукції” [2, с. 110].

Поддєрьогін А. М. дає таке визначення: “Оборотний капітал (оборотні кошти) – це кошти, авансовані в оборотні виробничі фонди і фонди обігу для забезпечення безперервності процесу виробництва, реалізації продукції та отримання прибутку” [8, с. 159].

Класифікація оборотного капіталу має важливе значення, оскільки дає можливість підприємству визначити оптимальний склад і структуру, потребу та джерела формування оборотного капіталу. Від цього значною мірою залежить фінансовий стан підприємства [8, с. 162].

Склад оборотного капіталу – це сукупність окремих елементів оборотних виробничих засобів і засобів обігу. Склад оборотних коштів у різних галузях може мати певні особливості [8, с. 160].

Структура оборотного капіталу – це питома вага вартості окремих статей оборотних виробничих засобів і засобів обігу в загальній сумі оборотних коштів. Структура оборотних коштів має значні коливання в окремих галузях господарства. Вона залежить від складу і структури витрат на виробництво, умов поставок матеріальних цінностей, умов реалізації продукції (виконання робіт, надання послуг), проведення розрахунків [8, с. 161].

Для економічної системи, що динамічно розвивається і стабільно функціонує, проблема визначення і підтримання раціональної структури повного кругообороту капіталу вирішується набагато простіше, ніж для економічної системи, життєдіяльність якої відбувається у кризових умовах. Визначення раціональних пропорцій між періодами перебування оборотного капіталу у сфері виробництва й у сфері обігу базується на розрахунках нормативів, які проводяться з огляду на науково обґрунтовані прогнози; причому органи управління підприємством мають вірогідну інформацію про розміри оборотного капіталу, який воно повинно мати, про співвідношення між обсягами капіталу, який перебуває у виробничих запасах, а також характер наростання витрат у процесі виробництва. У таких умовах не відбувається експропріація оборотного капіталу підприємств або його знецінювання, не діють інші фактори, які негативно впливають на структурні складові тривалості повного циклу руху оборотного капіталу і результати роботи підприємств [3, с. 14].

У різних галузях економіки склад і структура оборотного капіталу різні та залежать від типу галузі, складу витрат, виду продукції, що випускається, особливостей матеріально-технічного постачання тощо. У виробничій сфері, а також у торгівлі левову частку в оборотному капіталі займають запаси [7, с. 180].

Важливим у встановленні структури оборотного капіталу є поділ капіталу за місцем і значенням в процесі відтворення – поділ капіталу на оборотний капітал у сфері виробництва і у сфері обігу. Такий поділ зумовлений наявністю двох сфер кругообігу: сфери виробництва і сфери обігу [4, с. 67].

До виробничої сфери відносять вкладення оборотного капіталу в запаси (призначені для виробництва), до сфери обігу – готова продукція, кошти в розрахунках.

Запаси – це активи, які перебувають у процесі виробництва з метою подальшого продажу отриманого продукту виробництва; утримуються для подальшого продажу за умов звичайної господарської діяльності; утримуються для споживання під час виробництва продукції, виконання робіт чи надання послуг [7, с. 180].

У господарській діяльності запаси поділяються на:

- сировину, основні і допоміжні матеріали, комплектуючі вироби та інші матеріальні цінності, що призначені для виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг, обслуговування виробництва тощо;
- незавершене виробництво у вигляді незакінчених обробкою деталей, вузлів, виробів і незакінчених технологічних процесів;

**ОБІГОВИЙ КАПІТАЛ ЯК ОСНОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕРЕВНОСТІ ЕФЕКТИВНОГО
ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА**

- готову продукцію, що виготовлена на підприємстві та призначена для продажу;
- товари у вигляді матеріальних цінностей, що придбані (отримані) та утримуються підприємством з метою подальшого продажу;
- малоцінні та швидкозношувані предмети; [7, с. 180].

Незавершене виробництво – це предмети праці, обробку (переробку) яких не завершено підприємством. Воно є лише на тих підприємствах, де тривалість виробничого циклу більша за один день. У вартісному вираженні незавершене виробництво охоплює витрати на придбання матеріалів, запасних частин, конструкцій, сировини, заробітну плату та інші грошові кошти, необхідні для завершення виробничого циклу, але на кінець звітної періоду (місяця, кварталу, року тощо) такий цикл не встигає бути завершеним [6, с. 47].

До витрат майбутніх періодів належать витрати на виконання науково-дослідницьких та раціоналізаторських робіт, освоєння нової техніки, орендну плату та ін., які здійснюються в поточному році, але на собівартість продукції будуть віднесені в наступному році [6, с. 47].

Продукцію на складі, а також відвантажену, але ще не оплачену замовником, відносять до готової продукції.

В теорії капіталу науковцями виділяються дві функції обігового капіталу: виробничу (забезпечує безперервність процесу виробництва) та розрахункову (забезпечує перетворення авансованих коштів з товарної форми в грошову). Поза увагою залишаються такі важливі функції обігового капіталу як інвестиційна, інноваційна, мотиваційна.

Систематизувавши погляди різних вчених, за ознаками класифікації можна виділити наступні види обігового капіталу:

- з позиції платності-безкоштовний, позичений;
- з позиції власності-власний, залучений;
- за формою-грошова форма обігового капіталу, матеріальна (виробнича, товарна);
- за ліквідністю вкладень-обіговий капітал в абсолютно ліквідних активах, у ліквідних активах та неліквідних активах;
- за принципами планування та організації- нормований та ненормований;
- за рівнем ризику: обіговий капітал з високим ризиком вкладення; обіговий капітал із помірним ризиком вкладення; обіговий капітал з низьким ризиком вкладення;

Крім того, важливо ввести нові класифікаційні ознаки:

- за етапами виробничо-господарської діяльності підприємства: обіговий капітал для забезпечення постачання; обіговий капітал для забезпечення виробництва; обіговий капітал для забезпечення збуту; обіговий капітал для забезпечення сервісу;
- за етапами життєвого циклу підприємства: обіговий капітал нового підприємства; обіговий капітал на етапі зростання підприємства; обіговий капітал на етапі зрілості підприємства; обіговий капітал на етапі занепаду підприємства;
- за рентабельністю: обіговий капітал максимальної рентабельності; обіговий капітал високої рентабельності; обіговий капітал вище середньої рентабельності; обіговий капітал нижче середньої рентабельності; обіговий капітал мінімальної рентабельності.

Таблиця 1. Систематизація класифікаційних ознак обігового капіталу підприємств

Класифікаційна ознака	Вид обігового капіталу
З позиції платності	Безкоштовний обіговий капітал
	Платний обіговий капітал
З позиції власності	Власний обіговий капітал
	Залучний обіговий капітал
За формою	Грошова форма обігового капіталу
	Матеріальна форма обігового капіталу
За ліквідністю вкладень	Обіговий капітал в абсолютно ліквідних активах
	Обіговий капітал в ліквідних активах
	Обіговий капітал в неліквідних активах
За принципом планування та організації	Нормований обіговий капітал
	Ненормований обіговий капітал
За рівнем ризику	Обіговий капітал з високим ризиком вкладення
	Обіговий капітал із помірним ризиком вкладення
	Обіговий капітал з низьким ризиком вкладення
За етапами виробничо-господарської діяльності підприємства	Обіговий капітал для забезпечення постачання
	Обіговий капітал для забезпечення виробництва
	Обіговий капітал для забезпечення збуту
	Обіговий капітал для забезпечення сервісу
За етапами життєвого циклу підприємства	Обіговий капітал нового підприємства
	Обіговий капітал на етапі зростання підприємства
	Обіговий капітал на етапі зрілості підприємства
	Обіговий капітал на етапі занепаду підприємства
За рентабельністю	Обіговий капітал максимальної рентабельності
	Обіговий капітал високої рентабельності
	Обіговий капітал вище середньої рентабельності
	Обіговий капітал нижче середньої рентабельності
	Обіговий капітал мінімальної рентабельності

Висновки: обіговий капітал для забезпечення безперервності діяльності підприємства виконує крім розрахункової та виробничої функцій також інноваційну, інвестиційну, мотиваційну та інші, чим забезпечує ефективність господарювання на підприємстві. Для подальшого економічного оцінювання та планування обігового капіталу важливо ввести нові класифікаційні ознаки, за якими необхідно групувати види обігового капіталу, а саме: рівень ризику та рівень рентабельності, а також етапи життєвого циклу підприємства та етапи виробничо-господарської діяльності, що досі в наукових дослідженнях залишались поза увагою.

Джерела та література:

1. Брігхем С. Ф. Основи фінансового менеджменту / С. Ф. Брігхем. – К.: Молодь, 1997.
2. Гриньова В. М. Фінанси підприємств: навч. посіб. / В. М. Гриньова, В. С. Коюда, Г. І. Лепейко. – Харків: Вид-во ХДЕУ, 2001.
3. Золотарьов А. Ефективне використання оборотних коштів / А. Золотарьов, І. Волик // Економіка України. – 1998. – № 7. – С. 12-16.
4. Золотарьов А. Раціональне використання оборотних засобів у промисловості / А. Золотарьов // Економіка України. – 2001. – № 7. – С. 29-32.
5. Зятковський І. В. Фінанси підприємств / І. В. Зятковський. – Тернопіль: Економічна думка, 1999.
6. Примак Г. О. Економіка підприємства: навч. посіб. / Г. О. Примак. – К.: Вікар, 2002.
7. Філімоненков О. С. Фінанси підприємств / О. С. Філімоненков. – К.: “Ніка – Ельга – Центр”, 2002.
8. Фінанси підприємств: підруч. / за ред. А. М. Поддєрьогіна. – К., 2000.

Прокопенко Р.В., Свириденко В.В.

УДК 330.46

МЕХАНИЗМ РЕФЛЕКСИВНОГО УПРАВЛІННЯ ВЗАИМОТНОШЕННЯМИ КОНСАЛТИНГОВОЇ ФІРМИ С КЛІЄНТАМИ

Постановка проблеми и ее связь с важнейшими научными и практическими заданиями. Актуальность темы определена возрастанием количества экономических связей и сложностью происходящих преобразований в современной рыночной экономике, в связи с чем предприятия различных сфер деятельности все чаще нуждаются в услугах консалтинговых фирм. Задачей руководителей консалтинговых фирм в таких условиях является использование в управлении деятельностью фирмы подходов, позволяющих достичь максимально полного понимания потребностей клиентов с учетом психологических особенностей, которыми он руководствуется при принятии решения о сотрудничестве с консалтинговой фирмой. К числу таких подходов к управлению относится рефлексивный подход, появившийся на стыке экономики и психологии [6].

Анализ основных исследований и публикаций. Исследованиям теоретических и практических вопросов консалтингового бизнеса посвящены работы М. Кубра, Ф. Стееле, Л. Грейнера, А.П. Посадского, В.А. Вербы, Т.И. Решетняка, О.К. Трофимовой, Т.Тучик. Вопросам рефлексивного управления посвящены работы В.А. Лефевра, А.В. Авилова, Д.А. Новикова, А.Г. Чхартишвили, Р.Н. Лепы, А.А. Кореха. Однако, большинство исследователей не учитывает специфики рефлексивных воздействий, возникающих в процессе функционирования консалтинговых фирм, в частности, оказание ими услуг преимущественно информационного характера.

Целью данной статьи является определение факторов, которыми руководствуется клиент при принятии решения о выборе консалтинговой фирмы, и разработка на их основе механизма рефлексивного управления взаимоотношениями консалтинговой фирмы с клиентами.

Изложение основного материала исследования. Все консалтинговые фирмы, предоставляющие тот или иной вид услуг, можно объединить по группам в зависимости от того, что хочет получить от сотрудничества с консалтинговой фирмой клиент: компетентность, опыт или эффективность.

Первая группа – консалтинговые фирмы, предоставляющие услуги высокой компетенции. Клиент с комплексной проблемой при принятии решения будет ориентироваться на наличие у консалтинговой фирмы компетентного эксперта, за услугу готов заплатить высокую цену. Опыт решения подобных задач будет важен, но не будет решающим фактором при выборе фирмы. К данной группе можно отнести управленческое консультирование, юридическое обслуживание, инвестиционное обслуживание, предоставляющей услуги высокой компетенции. Клиент формирует представление о консалтинговой фирме на основе информации о консультантах фирмы. Требования к консультанту максимально высоки – образование в престижных учебных заведениях, идеальная репутация в отрасли консультирования (большой арсенал успешных проектов, при полном отсутствии неудач), наличие известных и крупных фирм, с проектами которых работал данный консультант. Консалтинговые фирмы данной группы поддерживают высокий уровень доходности, делая ставку на большие проекты с высокой ценой на услугу, обусловленной сложностью работы и высокой степенью риска. Задачей консалтинговой фирмы при формировании представления о консультантах будет доведение до клиента информации о преимуществах своих кадров, акцентируя внимание на их сильных сторонах – высокой квалификации, репутации и личных качествах. Консалтинговая фирма может воздействовать на представление о выгоде от сотрудничества у клиента публикуя статьи, издавая статьи, организуя публичные выступления, что позволит сформировать у