

СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ВИБІР ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ

Досліджено фактори, що впливають на вибір джерела фінансування оборотного капіталу й проведено їх розподіл залежно від середовища функціонування. Охарактеризовано вплив зазначених факторів на вибір джерел фінансування.

Factors which influence at choice of financing source of turnover floating were researched capital and their distribution was carried out depending on the environment of functioning. Influence of the mentioned factors on the choice of financing sources was described.

Ключові слова: оборотний капітал, зовнішні фактори, внутрішні фактори, мікроекономічні, макроекономічні.

Вступ. Однією з найактуальніших проблем управління оборотним капіталом підприємства є його фінансування. На сьогоднішній день існують різні джерела фінансування оборотного капіталу: власні, залучені, позикові. Для вирішення питання, яким саме джерелам фінансування надати перевагу, необхідно всебічно дослідити фактори, що впливають на вибір того чи іншого джерела фінансування. А оскільки будь-яке підприємство функціонує у внутрішньому та зовнішньому середовищі, то для забезпечення ефективності його діяльності необхідно дослідити стан, проблеми та можливості його середовища функціонування.

Аналіз останніх наукових досліджень. Серед сучасних вітчизняних й зарубіжних вчених проблеми, пов'язані з визначенням сутності, класифікації, формуванням та управлінням оборотними активами вивчають І.Т. Балабанов, Е.В. Бикова, Р. Брейлі, Є.Ф. Брігхем, Дж. К. Ван Хорн, В.М. Гриньова, М.В. Гридчина, П. Етрілл, Н.В. Ізмайлова, О.В. Клименко, П.В. Круш, В.О. Коюда, М.Н. Крейнина, Л.О. Коваленко, В.В. Ковальов, С. Майерс, П.М. Марич С.М. Онисько, К.А. Пріб, В.І. Подвігіна, Л.М. Ремньова, Г.А. Рижкова, Т. Скоун, Є.С. Стоянова, Г.О. Швиданенко, Н.В. Шевчук, Л.О. Шкварчук та ін.

Г.А. Рижкова досліджує усі фактори внутрішнього та зовнішнього середовища, що впливають на роботу підприємства, Л.О. Шкварчук визначає фактори, що впливають на формування оптимальної структури капіталу, Ізмайлова Н.В. групує фактори, що впливають на забезпеченість оборотним капіталом залежно від впливу на окремі складові оборотних активів, Пріб К.А. виділила фактори, що впливають на структуру капіталу. Але питання визначення факторів впливу на вибір джерел фінансування оборотного капіталу залишаються актуальними і потребують опрацювання.

Метою статті є дослідження та систематизація факторів, що спричиняють вплив на вибір тих чи інших джерел фінансування оборотного капіталу.

Виклад основного матеріалу. Будь-яке підприємство функціонує, перш за все, у зовнішньому середовищі, яке забезпечує його необхідними ресурсами (матеріальними, грошовими, трудовими та ін.) для здійснення усіх видів діяльності, а також регулює його діяльність. Крім того, необхідною умовою прибутковості підприємства є оптимальна організація його внутрішнього середовища та управління ним. Таким чином, усі фактори, що впливають на структуру джерел фінансування оборотного капіталу вважаємо за доцільне умовно поділити за середовищем, яке їх спричиняє на внутрішні та зовнішні. Внутрішні фактори згрупуємо у наступні групи: фінансові, маркетингові (комерційні), виробничі та інші.

До фінансових факторів передусім як один із найважливіших віднесемо фінансовий стан підприємства. Фінансовий стан підприємства визначає його рентабельність, прибутковість, стійкість, ліквідність, платоспроможність та ділову активність. За високого рівня значень цих показників підприємство, по-перше, має необхідну кількість власних коштів для фінансування своєї діяльності, а по-друге, має високу кредитоспроможність, що, в разі необхідності, дає змогу залучення позикових коштів та зменшує ризик щодо їх повернення. При незадовільному значенні показників фінансового стану підприємство не має змоги залучати власні кошти для фінансування оборотного капіталу, оскільки має низький рівень рентабельності та незначний чистий прибуток. Крім того, такому підприємству значно важче отримати позичкові кошти, а також їх повернути.

Ще одним з факторів впливу на джерела фінансування оборотного капіталу, що відносимо до фінансових є обрана підприємство дивідендна політика. Дивідендні стратегії підприємства можуть бути досить різноманітними: від консервативної, де виплачуються невеликі суми дивідендів до агресивної, де рівень виплат дивідендів є досить високим і має тенденцію до зростання в часовому періоді. Оскільки дивіденди виплачуються підприємством з чистого прибутку, це зменшує можливість залучення власних коштів, а також підвищує його вартість. Крім того, привабливим є позиковий капітал, оскільки витрати на виплату процентів можемо віднести до витрат підприємства, що зменшує податок на прибуток.

Також, до фінансових факторів впливу віднесемо політику підприємства щодо кредиторів. Відповідальність та обов'язковість підприємства у відносинах з кредиторами дає можливість отримання відстрочок, а також комерційного кредиту та уникнення штрафів, пені чи розірвання ділових зв'язків.

До маркетингових факторів впливу на структуру джерел фінансування оборотного капіталу

віднесемо його політику щодо дебіторів та ефективність дослідження ринку. Політика підприємства щодо дебіторів пов'язана з можливістю підприємства залучати власні кошти. Так, жорстка політика щодо дебіторів збільшує швидкість повернення та обсяги повернених підприємству коштів, що дає можливість їх вкладання у власний виробничий процес, але може призвести до втрати споживачів. Занадто ліберальна політика щодо дебіторів, навпаки, уповільнює повернення коштів та провокує виникнення безнадійної дебіторської заборгованості, але, в той же час, приваблює покупців і збільшує обсяги реалізації продукції підприємства та, як наслідок – чистого прибутку.

Такий маркетинговий фактор, як ефективне дослідження підприємством ринку збуту та оперативне реагування на задоволення його потреб зумовлює стабільність й зростання обсягу продажів, що веде до зростання виручки від реалізації та чистого прибутку і збільшує можливості підприємства щодо використання свого чистого прибутку.

До виробничих факторів впливу на структуру джерел фінансування оборотного капіталу віднесемо тривалість виробничого циклу та структуру його активів. Тривалість виробничого циклу включає в себе період обороту середнього запасу сировини, матеріалів та напівфабрикатів, період обороту середнього обсягу незавершеного виробництва та період обороту середнього запасу готової продукції. Зрозуміло, що чим коротшим буде виробничий цикл підприємства, на менший термін використання коштів і власних, і позичених. Крім того, необхідно звернути увагу на структуру оборотних активів. Так, якщо в структурі оборотних активів переважають запаси, підприємство може отримати кредит під заставу товарних запасів, при значній частині в структурі оборотних активів дебіторської заборгованості, можемо скористатися таким джерелом фінансування, як факторинг.

До інших внутрішніх факторів, що чинять вплив на вибір джерела фінансування оборотного капіталу віднесемо ставлення керівників та менеджерів до ризику; діловий імідж підприємства; стадія життєвого циклу підприємства та розмір підприємства.

Значним фактором щодо вибору джерела фінансування підприємства є ставлення його керівників та менеджерів до ризику. При негативному ставленні керівництва до високого рівня ризику воно буде надавати перевагу консервативному підходу до фінансування підприємства, тобто за рахунок власного капіталу. Якщо керівництво та менеджери підприємства схильні до ризику, вони будуть використовувати позиковий капітал в максимальному можливому обсязі.

Позитивний діловий імідж підприємства має значення в отриманні позикових коштів, оскільки надає більше можливостей для їх отримання. Кредитори більш охоче надають кредити підприємствам з бездоганною репутацією.

На стадії розвитку метою підприємства є прискорення зростання, нарощення обсягів виробництва і збуту, формування іміджу, зростання прибутку, розширення частини ринку. За таких умов підприємство потребує позикового капіталу, хоча кредити таким підприємствам надаються менш охоче, ніж добре відомим підприємствам зі стабільним розвитком. На стадії зрілості підприємство може більше розраховувати на власний капітал [6].

Відносини з покупцями як фактор впливу на джерела фінансування оборотних активів цікавить нас, насамперед, з позиції зростання дебіторської заборгованості, особливо - простроченої. В результаті зростання дебіторської заборгованості скорочуються власні джерела фінансування оборотних активів. Розглянувши усі перелічені фактори, відобразимо їх взаємодію на рисунку 1.

Розмір підприємств також має вплив на вибір джерел фінансування оборотних активів: великим підприємствам легше отримати довгостроковий кредит та на більшу суму, а для малих підприємств простіше взяти короткостроковий кредит.

Зовнішнє середовище складається з двох відносно самостійних підсистем: макрооточення (макросередовище) та безпосереднє оточення (мікросередовище). Макрооточення забезпечує зовнішні умови функціонування підприємства і не залежить від конкретного суб'єкту ринку, хоча впливає на їх діяльність [4].

До факторів макросередовища передусім віднесемо грошово-кредитну політику держави: відсоткова ставка за кредитами, умови надання кредиту. Грошово-кредитна політика визначає доступність отримання кредитних ресурсів, які є одним з основних джерел покриття оборотних активів через платіжні розриви.

Податкова політика держави теж має значний вплив на вибір підприємством того чи іншого джерела фінансування оборотних активів. Чим вищі відсоткові ставки податків, тим вигідніше підприємству взяти кредит, оскільки дорожчає таке власне джерело фінансування як чистий прибуток, а відсотки за кредит включаються до складу витрат і зменшують базу оподаткування податку на прибуток. Крім того, деяким галузям надаються пільги в оподаткуванні за конкретних умов їх діяльності.

Також, важливим є інфляційний аспект, який зменшує кошти, вкладені в оборотні активи, що пройшли кругообіг та повертаються до виробника, і це знецінення є тим більшим, чим довший виробничий цикл.

До макроекономічних чинників віднесемо також державну політику щодо фінансування державних програм підтримки розвитку підприємств у різних галузях.

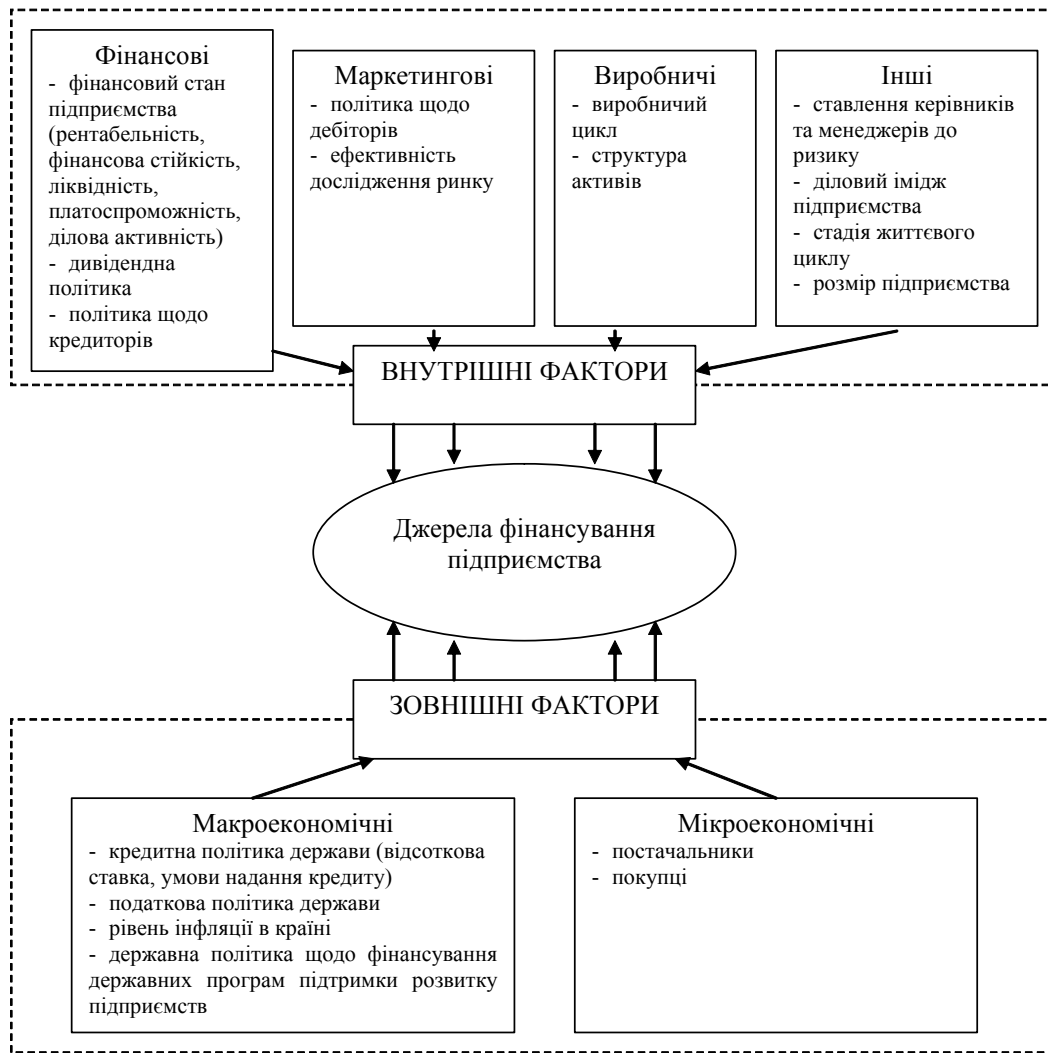


Рис. 1. Фактори впливу на вибір підприємством джерел фінансування оборотних активів (розроблено автором на основі [1, 3, 4, 5])

До факторів мікроекономічного середовища доцільно віднести насамперед відносини з постачальниками підприємства. Постачальники можуть погодитись на відстрочку в оплаті їх продукції, тим самим зменшивши потребу в коштах на фінансування оборотних активів, або ж ні.

Відмітимо, що розподіл зазначених факторів є досить умовним, оскільки вони тісно взаємопов'язані між собою. Так, такий внутрішній маркетинговий фактор як політика щодо дебіторів та кредиторів пов'язаний із зовнішніми мікроекономічними факторами. Хоча ці фактори характеризують один і той же аспект діяльності підприємства, але з різних сторін: внутрішній фактор з боку підприємства, зовнішній мікроекономічний з боку постачальників та покупців до підприємства.

Висновки. Ефективна організація оборотного капіталу підприємства та управління ним в сучасних умовах господарювання неможлива без комплексного, ґрунтовного й безперервного аналізу факторів, що визначають джерела його фінансування. Сукупність факторів внутрішнього та зовнішнього середовища є досить складним та важливим елементом системи управління оборотним капіталом підприємства і потребує значних ресурсів для їх дослідження, але забезпечує найкращий результат.

Література

1. Измайлова Н.В. Управление оборотными активами предприятий : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.00.08 / Н.В. Измайлова. – К. : Нац. екон. ун-т ім. В.Гетьмана. – К., 2009. – 20 с.
2. Мельник М.І. Факторний підхід до формування оптимальної структури капіталу підприємства / Л.О. Шкварчу, М.І. Мельник // Науковий вісник Національного лісотехн. ун-ту України. – Львів, 2010. – Вип. 20.9. С. 203–208.
3. Пріб К.А. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання : [навч. посібник для дистанційного навчання] / К.А. Пріб ; за ред. М.Ю. Коденської. – К. : Університет «Україна», 2007. – 321 с.
4. Рижкова Г.А. Систематизація факторів внутрішнього і зовнішнього середовища торговельного

підприємництва для подальшого аналізу / Г.А. Рижкова // Бюлетень міжнародного нобелівського економічного форуму. – 2011. – № 1 (4). – С. 339–345.

5. Шершньова З.Є. Стратегічний менеджмент : [підручник] / З.Є Шершньова. – [2-е вид., перероб. і доп.]. – К. : КНЕУ, 2004. – 699 с.

6. Шморгун Л.Г. Менеджмент організацій : [навч. посіб.] / Шморгун Л.Г. – К. : Знання, 2010. – 452 с.

Надійшла 12.05.2012

УДК 339.137.2: 334.716

Ю. О. БОРОХ

Одеський національний економічний університет

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВА ВИХОДУ З ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

У статті розглядаються основні перешкоди створенню конкурентоспроможного підприємства, а також обґрунтовуються шляхи виходу з кризи за рахунок створення інноваційно-інвестиційного механізму підвищення конкурентоспроможності. Проведено аналіз та обґрунтування сутності конкурентоспроможності підприємства.

The article examines the main obstacles to the creation of competition company, and justified the ways of overcoming the crisis by creating a mechanism is innovative-investment competitiveness. Carried out the analysis and study the essence of the competitiveness of enterprises.

Ключові слова: криза, конкурентоспроможність підприємств, інноваційна продукція, інноваційна діяльність, злиття підприємств.

Постановка проблеми. На сучасному етапі гостро постає питання подальшого функціонування вітчизняних підприємств в умовах економічної кризи. Найважливішою передумовою ефективної діяльності і стабільного економічного розвитку є систематичне надходження коштів, без яких неможливе їх існування. Адже метою кожного суб'єкта господарювання є отримання прибутку.

В сучасних умовах виробники повинні знати проблеми та потенційні ризики збуту продукції, що ними випускається. Дослідження показують, що основною причиною комерційних невдач є неправильна оцінка цих показників.

Глибока криза української економіки обумовлена внутрішніми причинами, які виходять за межі фінансових проблем і супроводжуються економічним спадом виробництва, зростанням безробіття, зниженням рівня життя широких верств населення. Для виходу з економічної кризи Україні слід, перш за все, підвищити конкурентоспроможність національної економіки.

Сучасний етап подолання економічної кризи ставить перед вітчизняними підприємствами завдання всебічної інтеграції у світовий поділ праці. Але успішна інтеграція можлива тільки тоді, коли підприємства мають певний рівень конкурентоспроможності. Проте доводиться констатувати, що основна частина вітчизняних виробників продовжує залишатися неконкурентоспроможною на світових ринках. Конкурентоспроможність є основним чинником розвитку і життєдіяльності підприємства. Розуміючи це, вітчизняні підприємства в умовах жорсткої конкурентної боротьби ставлять перед собою такі цілі: задоволення потреб, що існують на ринку, отримання максимального прибутку і збільшення обсягів збуту, розширення частки внутрішнього і зовнішнього ринку, забезпечення необхідного рівня якості продукції за конкурентною ціною, впровадження нових технологічних процесів і модернізація обладнання.

Особливості даного етапу подолання економічної кризи та пошуків шляхів виходу з кризи ставлять нові завдання у дослідженні конкурентоспроможності підприємств як основних «учасників» конкурентних відносин. Перш за все, мова йде про створення стійких конкурентних переваг, про виявлення резервів підвищення конкурентоспроможності, вибір механізмів та інструментів їх використання. Отримати прибуток і «вижити» в умовах економічної кризи можливо тільки на основі підвищення якості і конкурентоспроможності продукції, що випускається. При цьому потрібні не окремі розрізнені й епізодичні зусилля, а сукупність системних заходів постійного впливу на процес виробництва та розвитку в цілому з метою підтримки відповідного рівня якості.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідження сутності конкурентоспроможності підприємств, методів її визначення та шляхів підвищення знайшло відображення в роботах багатьох відомих зарубіжних і вітчизняних науковців, велика кількість і різноманітність публікацій яких свідчить про складність цих питань.

Оцінюючи ступінь розробленості теми, необхідно відзначити, що проблемі конкурентоспроможності продукції та її якості присвятили свої роботи вчені: Г.Г. Азгальдов, Г. Азоев, В.В. Бойцов, В.Г. Версан, В.М. Войтоловський, А.В. Глічев, А.І. Ковальов., Е.А. Горбашко, В.П. Данилов, С.М. Карлик, Е. Коротков, М.І. Круглов, Г. Куликов, В.М. Ларін, В. Мошни, В.Ю. Огвоздін, В.В. Окрепілов, Ю.В. Сажин, О. Селезньов, С.М. Семенов, І. Фамінській, Р.А. Фатхутдінов, А. Яновський, Н.С. Яшин, В.М. Гейць,