

ПРОЦЕС ПРИДБАННЯ ЯК СКЛADOVA КРУГООБОРОТУ КАПІТАЛУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Досліджено місце процесу придбання в кругообороті капіталу в умовах глобалізації

Постановка проблеми. В умовах підвищення інтенсивності міжнародних потоків товарів та інформації в загальному контексті соціального розвитку відбуваються процеси трансформації економіки на світовому та регіональному рівнях. Це зумовлює появу зв'язку віддалених спільнот і накладає відбиток на відносини між людьми. Особливо ці процеси впливають на механізм господарювання, функціонування якого перейшло на міжнародний рівень. Кожній компанії варто визначити позитивні сторони процесів глобалізації, розвитку технологій та доступу до інформації з метою формування і використання конкурентних переваг компанії на ринку. Відповідно, всі ці процеси впливатимуть на кругооборот капіталу, а особливо на його складову – процес постачання, що передбачає укладання договорів між суб'єктами господарювання.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Кругооборот капіталу, в тому числі й процес постачання, детально розглянуто у працях таких економістів, як Ф. Кене та К. Маркс. Кругооборот господарських засобів та їх відображення в бухгалтерському обліку досліджувались такими вченими: В.П. Астахов, А. Бикова, Ф.Ф. Бутинець, Ю.Ю. Корольов, В.Г. Макаров, І.В. Малишев, В.Г. Швець, І.Й. Яремко.

На сучасному етапі господарювання, в умовах глобалізації, наукові результати досліджень попередників майже не використовуються, в даному випадку постає необхідність вивчення модифікації сутності процесу придбання як складової кругообороту капіталу під впливом економічних реалій.

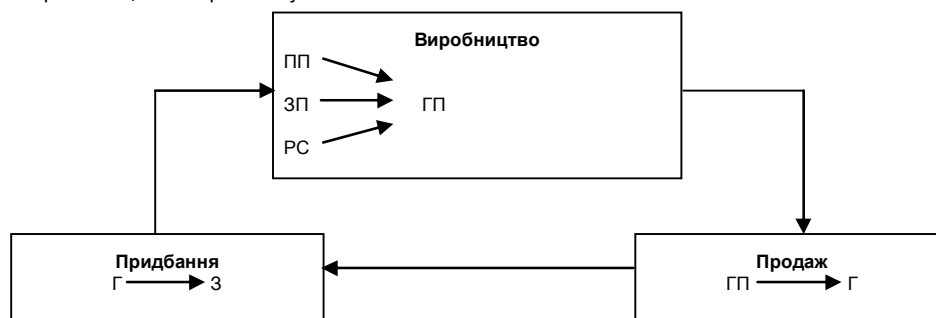
Метою дослідження є визначення місця процесу придбання в кругообороті капіталу та його особливостей під впливом глобалізаційних процесів, інформаційної революції та розвитку технологій з

метою формування конкурентних переваг суб'єкта господарювання на ринку та збільшення економічної ефективності діяльності.

Викладення основного матеріалу дослідження. У процесі здійснення підприємством господарської діяльності відбувається постійне переміщення та перетворення активів підприємства внаслідок поступової зміни процесів придбання, виробництва та продажу, тобто їх кругообороту. Наші дослідження базуються на послідовному розкритті сутності кругообороту господарських засобів, у тому числі процесу придбання, з урахуванням розвитку інформаційних технологій для визначення можливостей підвищення ефективності механізму господарювання.

Кругооборотом господарських засобів є їх безперервне переміщення, при якому вони переходять з однієї стадії виробництва в іншу і при цьому змінюють форму, постійно повертаючись до початкової форми [1, с. 35].

Білоруський дослідник Ю.Ю. Корольов [4] за результатами дослідження кругообороту капіталу стверджує, що засоби підприємства постійно змінюються – збільшуються, зменшуються, проте переходять з однієї форми в іншу. Ці зміни – наслідок господарської діяльності підприємства, яку можна відобразити у вигляді трьох основних, відносно самостійних процесів: придбання, виробництва, продажу (рис. 1).



Примітка: ПП – предмети праці; ЗП – засоби праці; РС – робоча сила; ГП – готова продукція; Г – грошові кошти; З – засоби виробництва.

Рис. 1. Схема кругообороту господарських засобів підприємства за Ю.Ю. Корольовим [4, с. 18]

Господарські процеси органічно взаємопов'язані та взаємообумовлені, оскільки вони уособлюють загальний рух капіталу в процесі його відтворення. Господарські процеси є складовими кругообороту капіталу та відображають його перетворення у грошовій, товарній і виробничій формах. Взаємообумовленість господарських процесів полягає у відповідному інформаційному забезпеченні кожного етапу, наявності і повноцінності такого забезпечення зумовлює здійснення наступного етапу.

Вітчизняний дослідник І.Й. Яремко наголошує, що кожна стадія має цільовий характер та економічну доцільність [9, с. 110]. Так, призначенням процесу придбання є забезпечення підприємства необхідними

ресурсами, виробництва – використання факторів виробництва для отримання продукції, продажу – збут продукції та отримання прибутку. Проте, кожному господарському процесу характерна відповідна економічна ефективність.

Кругооборот капіталу за І.Й. Яремко наведено на рис. 2.

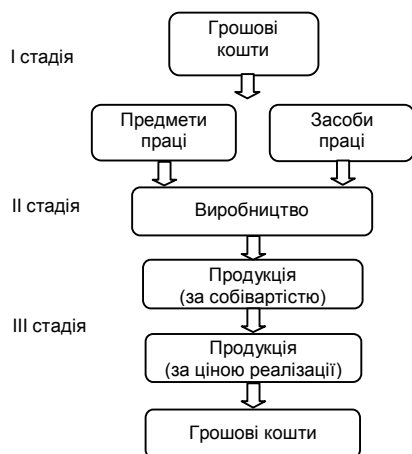
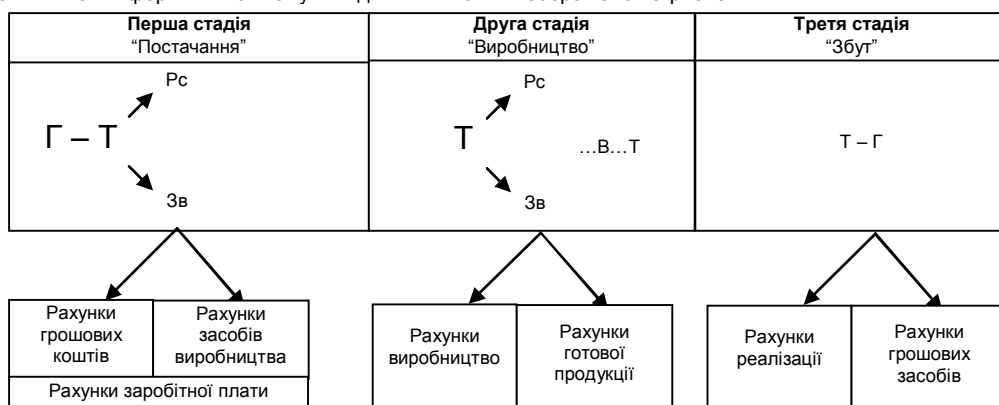


Рис. 2. Схема кругообороту капіталу за І.Й. Яременко [9, с. 110]

М.Я. Остап'юк, Й.Я. Даньків, М.Р. Лучко [6, с. 121], функціонування товарно-грошових відносин. Схематично дослідивши сутність кругообороту капіталу, розкривають розроблену ними формулу кругообороту капіталу зміну зовнішньої форми капіталу під впливом зображено на рис. 3.

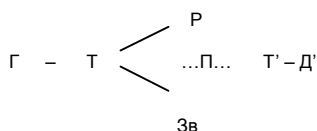


Примітка: Γ – гроші, T – товар, P_c – робоча сила, Z_v – засоби виробництва.

Рис. 3. Формула кругообороту капіталу та його відображення на рахунках бухгалтерського обліку [6, с. 121]

Оскільки кругооборот капіталу спрямований на створення нової продукції, задоволення потреб кожної людини та суспільства в цілому, для пізнання даних процесів і здійснення контролю за ними необхідна відповідна

економічна інформація. На даному аспекті наголошував проф. І.В. Малишев [5], схематично відображаючи кругооборот капіталу наступним чином (рис. 4).



Примітка: Γ – гроші, T – товар, P – робоча сила, Z_v – засоби виробництва, T' і D' – відповідно, товар і гроші, збільшені на додану вартість
Рис. 4. Кругооборот капіталу за І.В. Малишевим [5, с. 86]

Розглянуті підходи дослідників до сутності кругообороту капіталу дозволяють зробити висновок, що для функціонування суб'єкт господарювання повинен, перш за все, забезпечити себе засобами виробництва, необхідними для виготовлення продукції. Дану функцію покладено на етап придбання – перший у процесі кругообороту капіталу. Характерним для нього є зміна форми ресурсів з грошової у матеріальну форму. Тобто грошові кошти підприємства перетворюються у виробничі запаси, основні засоби тощо. Безпосереднє виготовлення продукції відбувається на стадії виробництва, проте взаємообумовленість і взаємопов'язаність даних етапів визначає залежність між даними процесами, що підкреслює необхідність ретельної організації та контролю всіх господарських операцій на етапі придбання.

Отже таким чином, за своєю сутністю етап придбання передбачає здійснення витрат на предмети і засоби праці. Дані витрати у відповідній формі (вартість придбання і транспортно-заготівельні витрати, амортизація) формують собівартість продукції.

Здійснення процесу придбання відбувається на основі господарських договорів з іншими суб'єктами, тому для управлінського персоналу важливим фактором є наявність належної інформаційної бази для укладання найбільш вигідних договорів з постачальниками, враховуючи такі фактори як ціна, умови, час і періодичність постачання, фінансовий стан контрагента з метою визначення можливості довготривалої співпраці. Дані фактори є ключовими, оскільки в цілому етап придбання має забезпечити безперервний процес виробництва.

З точки зору політичної економії [7, с. 171], рух будь-якого капіталу, який вкладається у виробництво, починається з грошової форми. Власник авансує відповідну суму грошових коштів на придбання факторів виробництва – засобів виробництва (Z_v), а також робочої сили (P_c). Тому перший етап кругообороту капіталу економісти відображають таким чином (рис. 5).

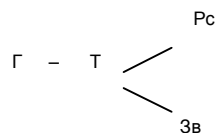


Рис. 5. Етап авансування капіталу у виробництво

Перетворення грошового капіталу в елементи продуктивного є важливим моментом етапу придбання, проте придбання на ринку праці робочої сили – визначальна умова для отримання власником доданої вартості, що, на думку К. Маркса, є джерелом примноження капіталу. Таким чином, процес придбання поділяється на такі відносини: гроші – засоби виробництва, тобто відносини між власниками з приводу розподілу засобів виробництва, та гроші – робоча сила, тобто трудові відносини між власником (роботодавцем) і найманими працівниками. Наявність відповідного інформаційного забезпечення є основою покращання налагодження даних відносин для отримання максимальних економічних вигод для власника та задоволення потреб найманих працівників.

З вищевикладеного можна зробити висновок, що інформація – це важливий фактор, присутність якого позитивно впливає на організацію етапу придбання. Так, якщо основним фактором при укладанні договору є ціна, підприємство-покупець може розміщувати свої вимоги за допомогою ресурсів Інтернету та приймати пропозиції від постачальників, що дає можливість швидко знайти постачальника з відповідними цінами на матеріали. Доступ до інформації дає можливість підприємству отримувати додаткові інформаційні дані про ринок, що формує конкурентні переваги підприємства, та можливість не тільки отримувати прибутки, але й здатність стати лідером у своїй сфері діяльності.

Передумовою “інформаційного буму” став розвиток технологій, тобто поява персональних комп’ютерів та поширення Інтернету. Поява “всесвітньої павутини” сприяла докорінним змінам у світі: мільйони людей отримали можливість спілкуватися між собою й обмінюватися інформацією за відносно низького рівня витрат.

Інтернет (від англ. Internet, дослівно – “міжмережа”) – міжмережя, всесвітня система об’єднаних комп’ютерних мереж, побудована на використанні протоколу IP і маршрутизації пакетів даних. Інтернет утворює глобальний інформаційний простір, слугує фізичною основою доступу до веб-сайтів і багатьох систем (протоколів) передачі даних. Сьогодні при вживанні слова “Інтернет” найчастіше мається на увазі саме веб і доступна через нього інформація, а не сама фізична мережа [2].

Інтернет разом з поширеним мобільним зв’язком надає неймовірні можливості для організації взаємодії між підприємствами, прямим чином впливаючи на організацію бізнесу. Варто відмітити, що в минулому інформація коштувала дорого, її отримання було досить складним процесом. Поява інформаційних технологій та їх розвиток, виникнення різноманітних комп’ютерних мереж допомагає безперервно та без додаткових витрат створити безпосередні інформаційні потоки між суб’єктами господарювання.

В Україні інтенсивно поширюється доступ до мережі Internet про що свідчать дані інтернет-енциклопедії “Вікіпедія” [3], відповідно до яких в Україні на сьогодні нараховують від 3,8 до 9,5 млн. користувачів Інтернету, що приблизно складає від 8 % до 20 % жителів України. Для порівняння, за даними internetworldstats.com, наприклад, в США користуються глобальною мережею 69,6 % населення країни, в Німеччині – 61,3 %, у Великобританії – 50,3 %, Франції – 50,3 %, Польщі – 29,9 % та в Росії – 16,5 %.

У цілому 50,9 % жителів країн ЄС користуються мережею Інтернет. Дані факти говорять про те, що в Україні переваги всесвітньої мережі не використовуються

відповідним чином, як в економічно розвинених країнах, тому варто використовувати їх досвід з метою формування конкурентних переваг як окремих підприємств, так і країни в цілому.

Проте спостерігаються позитивні зміни у користуванні мережею Інтернет серед українського населення: українська аудиторія користувачів Інтернету у березні 2009 р. зроста порівняно з лютим 2009 р. на 9,4 % і становить 11,96 млн. осіб.

У регіональному розподілі користувачів зі значним відривом лідирує Київ, на який у березні припало 60,14 % усіх користувачів Інтернету в Україні. Далі йдуть Харків (5,39 %), Одеса (5,14 %), Дніпропетровськ (4,92 %), Донецьк (4,82 %), Львів (2,83 %), Крим (2,80 %), Запоріжжя (1,80 %). Сумарна частка цих регіонів становить 24,9 %. На решту регіонів України припадає 13,26 % користувачів.

Найнижчий рівень. Аутсайдерами за рівнем проникнення Інтернету в березні 2009 року стали Луцьк (0,18 %), Житомир (0,21 %), Чернівці (0,32 %) і Закарпаття (0,31 %).

За даними статистики, спостерігаємо активність у містах – економічних центрах України, що свідчить про пошук та обмін інформацією як між підприємствами різних регіонів України, так і закордонними підприємствами, це є важливим фактором удосконалення відносин компаній-покупців та компаній-постачальників.

Якщо для підприємств важливим є налагоджені партнерські стосунки, то розвиток технологій може сприяти цьому. Для цього створена мережа Екстранет (Extranet) – об’єднання локальних мереж одна з одною, що допомагає злити в єдиний інформаційний потік компанію-покупця та компанію-постачальника. Тобто, основною функцією Extranet-систем є надання доступу до формалізованої інформації корпоративним службам, віддаленим підрозділам компанії, партнерам по франшизі, дилерській мережі, гуртовим покупцям та іншим партнерам чи клієнтам. Extranet-система є невидимою в пошукових машинах, доступ до неї надається адміністратором за заявкою користувача.

Характерним є те, що при створенні Extranet-систем основними цілями є безпека та розмежування прав доступу до інформації, тобто до сервісів. Варто відмітити, що рівень захисту Extranet-систем зазвичай вищий, ніж захист звичайного корпоративного сайту, тому компанія має можливість розміщувати в системі закриті корпоративні матеріали і надавати користувачам доступ до сервісних функцій, безпосередньо пов’язаних з діяльністю компанії.

На сьогодні Extranet-системи успішно впроваджені такими великими компаніями, як “ТНК-ВР”, “Фелікс”, “Ardo”, “МТС”, “Zebra Telecom”, “R-Style”, “XEROX Russia”, “OTTO”, “AGFA Україна”.

Корпоративну мережу може бути представлено також системою Інтранет (Intranet), що побудована на Інтернет-технологіях.

Інтранет-системи – це ланка між локальною мережею та корпоративними системами вищого рівня. Створення Інтранет-систем передбачає вирішення завдань, які постали перед певною компанією та її постачальником, тобто виконання таких функцій, як зберігання, систематизація, обробка внутрішньофірмової інформації. Таким чином, доступ до Інтранет-системи відкритий тільки в межах даної локальної мережі.

Ключовим словом для Intranet-систем є слово “єдиний”, тобто єдиний спосіб обробки, зберігання, доступу до інформації, уніфікована робота, єдиний формат документів. Такий підхід дає працівникам

підприємств можливість найбільш ефективно використовувати накопичені корпоративні знання, оперативно реагувати на події, що відбуваються, а підприємству в цілому надає нові можливості організації свого бізнесу [8].

Отже, в умовах глобалізації, тобто процесу всесвітньої економічної, політичної та культурної інтеграції та уніфікації, а також інформаційної революції відбулися кардинальні зміни в традиційному устрої процесів у бізнесі. Новий рівень розвитку отримали розподіл праці, міграція капіталу, людських і виробничих ресурсів, стандартизація законодавства, економічних та технічних процесів. Крім того, характерними ознаками світового господарства з кінця 80-х - початку 90-х років ХХ ст. стали: єдність світового господарства, взаємозалежність економік, а отже, формування глобальних товарних ринків.

Відповідно, у сучасних умовах господарювання підприємство-покупець для забезпечення ефективного постачання власного виробництва відповідними засобами за допомогою Інтернет-мережі має змогу отримати доступ до необхідної інформації, а отже, всесвітнього асортименту засобів виробництва, що раніше було неможливим. Окремою перевагою, є можливість безпосереднього зв'язку з компанією-постачальником, тобто не використовуючи посередницькі фірми, що також сприяє скороченню витрат підприємства та підвищенню ефективності його господарської діяльності.

Висновки та перспективи подальших досліджень.

Дослідження підходів економістів і науковців з бухгалтерського обліку щодо сутності процесу постачання як такому кругообороту капіталу, дозволено встановити, що постачання за своєю сутністю передбачає придбання підприємством відповідних засобів виробництва. Призначенням даного етапу є забезпечення безперервного процесу виробництва, а також зменшення витрат на придбання у структурі собівартості продукції за рахунок альтернативної можливості укладання господарських договорів. Дані фактори підкреслюють необхідність ретельної організації та контролю на етапі постачання.

Обґрунтовано, що інформація – важливий фактор, наявність якого позитивно впливає на організацію етапу постачання. Доступ до інформації дає можливість підприємству отримувати додаткові дані про ринок, що формує його конкурентні переваги та можливість не тільки

отримувати прибутки, але й зайняти лідируючі позиції у галузі своєї діяльності на ринку. Фактором суттєвого покращання ефективності господарської діяльності підприємств є використання сучасних засобів обміну інформацією – мережі Internet, Extranet та Intranet.

Список використаної літератури:

1. *Быкова А.Л.* Теория бухгалтерского учета / А.Л. Быкова – М.: Госфиниздат, 1962. – 352 с.
2. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Internet>.
3. Інтернет в Україні // [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://uk.wikipedia.org/wiki/Internet_в_Україні
4. *Королев Ю.Ю.* Теория бухгалтерского учета: учеб. пособие / Ю.Ю. Королев. – Мн.: Новое знание, 2007. – 304 с.
5. *Малишев И.В.* Теория бухгалтерского учета: Учеб. пособие для с.-х. вузов / И.В. Малишев. – М.: Финансы и статистика, 1981–263 с.
6. *Остап'юк М.Я.* Теорія бухгалтерського обліку (історичні і методологічні аспекти) / М.Я. Остап'юк, Й.Я. Даньків, М.Р. Лучко: [монографія]. – Ужгород: Ужгородський держуніверситет, 1998. – 148 с.
7. Політична економія (Капіталістичний спосіб виробництва): підручник I. – К.: Головне видавництво видавничого об'єднання "Вища школа", 1980. – 511 с.
8. Що таке екстранет та інтранет сайту? [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.webi.com.ua/faql?arid=ukr42000&tag_typ_e_number=4.
9. *Яремко І.Й.* Теорія бухгалтерського обліку: навчальний посібник / І.Й. Яремко. – Львів: "Новий Світ-2000", 2004. – 240 с.

КУЗЬМІН Денис Леонідович – асистент кафедри бухгалтерського обліку і контролю Житомирського державного технологічного університету

Наукові інтереси:

– облік, контроль та правові питання пред'явлення позовів