

С. В. УШЕРЕНКО, канд. екон. наук
(Київський національний торговельно-економічний університет)

ПРОБЛЕМИ ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Наукові праці МАУП, 2003, вип. 9, с. 146–147

Ринкова модель господарювання зумовлює необхідність суттєвих змін у діяльності українських підприємств, особливо щодо фінансових її аспектів. Модифікація суспільних відносин полягає, зокрема, у виокремленні фінансів підприємств з метою реалізації ними принципів господарської самостійності.

Особливості функціонування фінансів підприємств у трансформаційній економіці визначаються зростанням імовірнісного характеру процесів. Підвищення фінансових ризиків потребує реалізації аналітичної і прогностичної функцій фінансового планування.

За часів, коли планування було прерогативою держави, основна мета фінансового плану підприємства полягала у виявленні невикористаних ресурсів і визначенні суми платежів у бюджет, що відповідала різниці між доходами і витратами підприємства за умови, що останні показники були доволі жорстко нормовані.

Натомість в умовах ринкової економіки висуваються високі вимоги до фінансового планування, оскільки наслідком нездатності підприємства врахувати несприятливу кон'юнктуру буде його банкрутство і ліквідація.

Відомі фахівці в галузі фінансів підприємства Р. Брейлі і С. Майєрс визначають фінансове планування як процес [9]:

- аналізу джерел фінансування, а також інвестиційних альтернатив фірми;
- оцінки майбутніх результатів теперішніх рішень з метою виключення несподіваних наслідків;
- прийняття рішень щодо інвестиційних проектів і включення їх до остаточного фінансового плану;
- порівняння фактично досягнутих показників з визначеними у фінансовому плані позиціями.

Доволі поширене явище концентрації уваги українських менеджерів переважно на вирішенні

ситуативних питань за відсутності належної уваги до стратегічних проблем суттєво обмежує перспективи розвитку вітчизняних підприємств.

Забезпечення стійкого фінансового стану та підвищення рентабельності потребує як визначення і реалізації фінансової стратегії, конкретизованої в поточних фінансових планах, так і постійного контролю грошового обігу підприємства, означеного в оперативних планах.

Як відомо, фінансова стратегія передбачає визначення довгострокових цілей фінансової діяльності й вибір найефективніших способів їх досягнення. Тактичні цілі підприємства реалізуються у процесі розробки і реалізації короткострокових фінансових планів.

Загальні основи фінансового планування визначаються взаємозв'язками в системі економіко-математичного моделювання (рис. 1).

Сучасна практика організації планування діяльності підприємств використовує різноманітні системи визначення пріоритетів, засобів і показників.

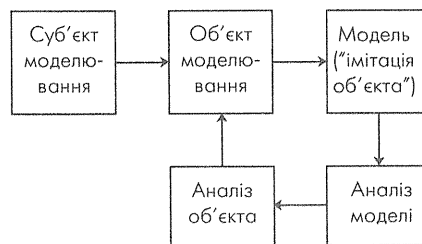


Рис. 1. Цикл моделювання

Численні моделі, що розроблені на основі різноманітних структурних підходів, не суперечать одна одній, але різняться за ступенем деталізації. На нашу думку, орієнтиром для українських підприємств може бути відома модель, що об'єднує стратегічне планування, управлінський і оперативний контроль (рис. 2).

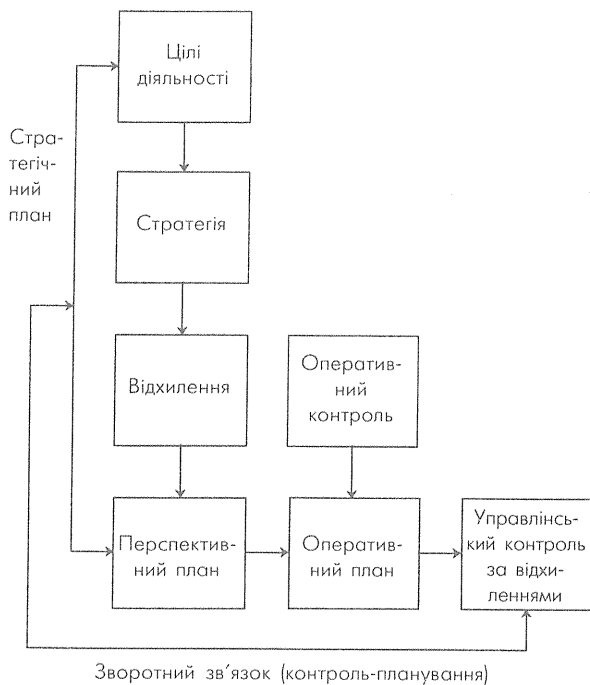


Рис. 2. Модель планування і контролю фінансової діяльності

Як свідчить досвід західних підприємств, добре керовані компанії базують свої операційні плани на комплексі прогнозованих фінансових звітів.

Процес фінансового планування починають з прогнозування обсягів продажу на п'ять років і визначення важливих факторів впливу (потенціал конкурентів, рівень інфляції, доходи населення тощо), після чого визначають необхідні фінансові основи для підтримки цільового рівня обсягів продажу, проектують баланс підприємства і звіти про доходи, дивіденди на акцію і відповідні прибутки, а також визначають ключові фінансові коефіцієнти.

Адаптація українських підприємств до умов ринкового середовища не обмежена суто фінансовим аспектом — вирішення завдань їх розвитку і рентабельності потребує визначеності завдань фінансового планування цілями стратегічного маркетингу. На думку Ж.-Ж. Ламбена, план стратегічного маркетингу — це фінансовий план, але збагачений інформацією про джерела і призначення фінансових потоків [4]. Фактично він визначає загальну економічну активність фірми і безпосередньо впливає на всі інші функції: НДДКР, виробництво і управління фінансами.

Широко пропагований в Україні Ф. Котлер запропонував такий порядок узгодження фінансо-

вих і стратегічних цілей маркетингової діяльності підприємства [3]:

- визначення бажаного рівня чистого прибутку;
- розрахунок розміру виручки, потрібної для досягнення певного результату;
- визначення обсягу продажу на основі середнього рівня ціни;
- розрахунок забезпеченої попитом необхідної частки ринку;
- окреслення позицій щодо поширення і збуту товарів.

Констатація неможливості розробки моделі фінансово-маркетингової стратегії, яка б гарантувала позитивні результати, орієнтує на необхідність моніторингу якості фінансового планування, своєчасного визнання помилок і корекції стратегічних пріоритетів.

Для українських підприємств з урахуванням трансформаційних особливостей стратегічними орієнтирами фінансового планування є насамперед забезпечення конкурентних переваг як щодо джерел фінансування, так і їх розміщення.

На жаль, десятирічний досвід трансформаційного розвитку України свідчить, що досі не вдалося радикально змінити поведінку первинних агентів ринку. Значна кількість підприємств продовжує шукати насамперед шляхи і механізми уникнення відповідальності за результати своєї діяльності замість вироблення й реалізації стратегії та тактики функціонування у нових умовах бюджетних обмежень і жорсткої конкуренції.



Література

1. *Забразька Л. О.* Фінансові аспекти ринкової адаптації промислових підприємств // *Фінанси України.* — 2001. — № 1. — С. 47–53.
2. *Кандинская О.* Стратегический маркетинг и финансовое планирование // *Маркетинг.* — 2001. — № 2 (57). — С. 34–46.
3. *Котлер Ф.* Основы маркетинга. — М.: Прогресс, 1991. — 736 с.
4. *Ламбен Ж.-Ж.* Стратегический маркетинг. — М.: Наука, 1996. — 588 с.
5. *Мойсеєнко І. Є.* Фінансове планування на підприємстві // *Фінанси України.* — 2000. — № 9. — С. 155–158.
6. *Урман Л. І., Межова Л. Н.* Финансовое планирование — инструмент для совершенствования управления предприятием // *ЭКО.* — 2002. — № 6. — С. 62–74.
7. *Фінанси підприємств: Підручник / 3а ред. А. М. Поддєрьогіна.* — К.: Вид-во КНЕУ, 2000. — 460 с.
8. *Шмидт Р. А., Райт Х.* Финансовые аспекты маркетинга. — М.: ЮНИТИ-Дана, 2000. — 528 с.
9. *Brealey P., Myers S.* Principles of Corporate Finance. — N. Y.; L., 1996.