

ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІ МЕХАНІЗМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

УДК 658.14/17 (477)

Д. М. ВАСИЛЬКІВСЬКИЙ, О. Б. ГОВОРЕЦЬКИЙ
Хмельницький національний університет

ФІНАНСОВИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ РЕСУРСАМИ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті фінансовий механізм розглядається як концепція організації управління процесами фінансування підприємницької діяльності в умовах ринкових відносин. Суть фінансових ресурсів і фінансового механізму в цьому розгляді виражається їх призначенням в процесі підприємницької діяльності. З позицій саме цієї концепції розглядаються проблеми функціонування фінансового механізму підтримки конкурентоспроможності машинобудівного підприємства.

The article examined the financial mechanism as the concept of process management finance business under market conditions. Scope of financial resources and financial mechanism in this review expressed their purpose in the business. From the standpoint of this concept is considered problems of the financial mechanism to sustain the competitiveness of machine-building enterprise.

Ключові слова: фінансовий механізм, конкурентоспроможність, фінансова система.

Вступ. Найбільш важливим моментом є визначення сутності фінансового механізму машинобудівного підприємства. Нині в економічній літературі немає сталого поняття фінансового механізму. Одним з перших досліджень є монографія М.А. Песселя, в якій фінансовий механізм визначається як "сукупність методів, за допомогою яких здійснюється дія економічних законів" [1]. В цьому визначенні фінансового механізму, на наш погляд, недостатньо чітко виражено, дія яких економічних законів мається на увазі.

Постановка завдання. Г.В. Базарова зауважує: "фінансовий механізм – складова частина економічного механізму управління народним господарством. Це сукупність форм і методів організації фінансових відносин і їх використання на користь розширеного відтворення" [1].

У цьому визначенні, треба відмітити, поняття фінансового механізму значно звужується тією умовою, що сукупність форм і методів використовується на користь розширеного відтворення. Відповідно до класичної схеми К. Маркса, під відтворенням розуміється процес постійного повторення і безперервного відновлення відтворення матеріальних благ (сукупного національного продукту), відтворення робочої сили і виробничих відносин, у рамках яких воно здійснюється. Схема розширеного відтворення розроблена К.Марксом для економіки соціалістичного типу, якій властивий розподіл сукупного національного продукту при обов'язковому оновленні витрачених засобів виробництва, створення фондів накопичення і споживання.

Нами розглядається функціонування і розвиток фінансового механізму в умовах ринкової економіки, тому важливе визначення особливостей, властивих цьому періоду. Разом з тим, визначення фінансового механізму, що дане А.Ю.Козаком носить відбиток адміністративно-командної системи і не повністю відображає суть діючого на підприємстві в сучасних умовах фінансового механізму. Він стверджує, що "фінансовий механізм – це засіб дії суб'єкта на об'єкт фінансової системи, зовнішня форма прояву практичної реалізації функцій фінансів. Фінансовий механізм можна представити і як сукупність різних форм і методів використання державою фінансів в цілях забезпечення реалізації відповідної фінансової політики у рамках економічної системи" [1]. Крім того, ми згодні з думкою В.І. Самарухи з приводу тієї обставини, що частково фінансові відносини в корпораціях регулюються державою за допомогою податків, економічних норм і нормативів. Як відмічає В.І. Самаруха у своїй роботі, "розподіл фінансових ресурсів здійснюється на основі вимог державних нормативних актів" [1], а також вважаємо, що розподіл здійснюється на основі корпоративно встановлених норм і нормативів. Це регламентоване функціонування фінансів відбувається в системі, яка утворює фінансовий механізм.

Результати. Виходячи з приведенного аналізу різних підходів до суті фінансового механізму з урахуванням переваг, недоліків і тенденцій, визначимо наступне: фінансовий механізм машинобудівного підприємства, на наш погляд, представляє собою сукупність фінансових умов його діяльності, встановлених на певний момент часу, а також набір інструментів, методів, прийомів і контрольних показників щодо формування і розподілу прибутків, управління активами і пасивами, які служать засобом збереження фінансових ресурсів і досягнення цілей фінансового управління підприємства. При цьому фінансовий механізм створює правила і принципи відносин у внутрішньому середовищі підприємства та із зовнішнім середовищем. При цьому при взаємодії із зовнішнім середовищем для підприємства стає актуальною небезпека відтоку фінансових ресурсів у зв'язку з ризиковими ситуаціями, що виникають в невизначеності зовнішнього середовища.

Ризик припускає можливість настання несприятливої події і для будь-якого підприємства важливо не уникнути ризику взагалі, а передбачати його і прийняти найкраще вирішення відносно відповідного критерію, що відображає основний інтерес підприємця. Тому на підприємстві виробляються прийоми

захисту від ризику, що використовуються в інструментарії управління. При визначенні суті фінансового механізму машинобудівного підприємства категорія фінансові ресурси підприємств розглядається нами як об'єкт дії фінансового механізму. Практика все більш обумовлює об'єктивно-активну роль фінансового механізму в економіці як на макро-, так і на мікрорівні.

Ковальов В.В., кажучи про категорії і цілі фінансового механізму, відмічає: "цільова установка - максимізація багатства власників підприємства за допомогою раціональної фінансової політики, яка досягається за допомогою властивого цій науці методу" [1]. Розглядаючи фінансовий механізм, він відмічає, що до складу фінансового механізму входять:

- 1) фінансові інструменти;
- 2) фінансові прийоми, методи і моделі;
- 3) забезпечуючі підсистеми (правова, нормативна, інформаційна, кадрова, технічна і програмна).

На схемі (рис. 1) представлені основні взаємозв'язки, що відображають дію фінансового механізму на підприємстві.

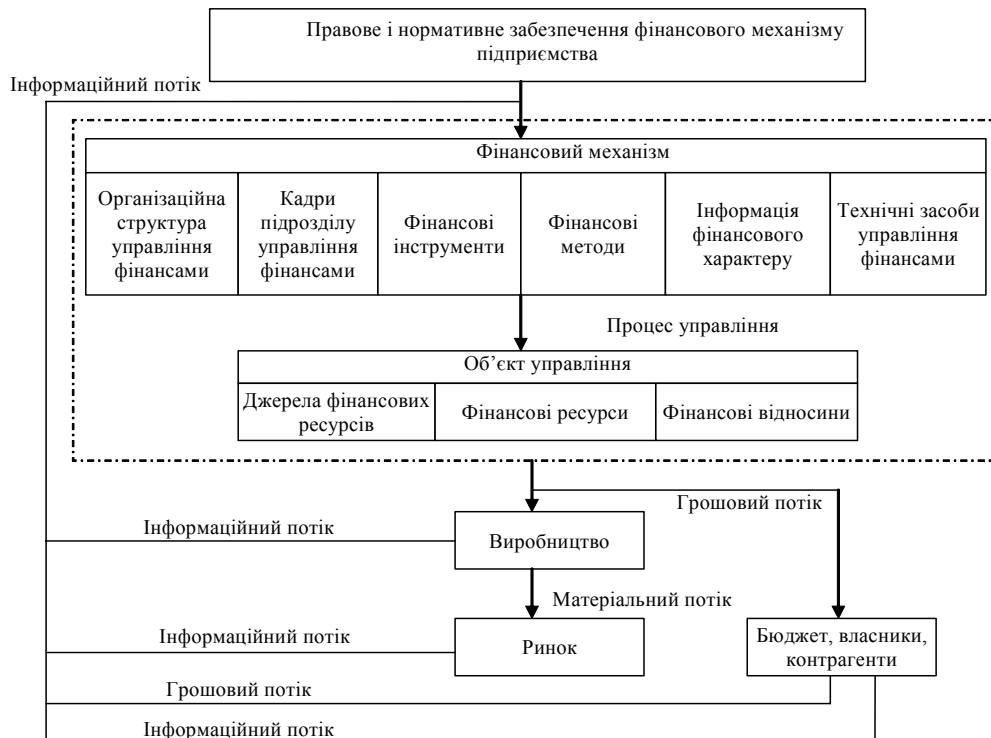


Рис. 1. Фінансовий механізм машинобудівного підприємства

Виходячи із сказаного, представляється важливим теоретичний розгляд складових фінансового механізму, визначення яких в економічній літературі представлено неоднозначно.

Існують різні підходи до трактування поняття "фінансовий інструмент". Спочатку було поширене досить спрощене визначення, згідно з яким виділялися три основні категорії фінансових інструментів: грошові кошти (кошти в касі і на розрахунковому рахунку, валюта); кредитні інструменти (облігації, кредити, депозити) і способи участі в статутному капіталі (акції і паї). З розвитком ринків капіталу і появи нових видів фінансових активів, зобов'язань і операцій з ними термінологія все більш уточнювалася, зокрема, з'явилася необхідність відмежування власне інструментів від тих предметів, з якими цими інструментами маніпулюють або які лежать в основі того або іншого інструменту, тобто від фінансових активів і зобов'язань.

Нині, одне з найбільш загальних і розгорнутих визначень категорії "фінансовий інструмент" наведено в міжнародному стандарті бухгалтерського обліку IAS 32: "Фінансовий інструмент – будь-який контракт, за яким відбувається одночасне збільшення фінансових активів одного підприємства і фінансових зобов'язань боргового і пайового характеру іншого підприємства".

Згідно стандарту до фінансових активів відносяться :

- грошові кошти;
- контрактне право отримати від іншого підприємства грошові кошти або будь-який інший вид фінансових активів;
- контрактне право обміну фінансовими інструментами з іншим підприємством на потенційно вигідних умовах;
- акції іншого підприємства.

До фінансових зобов'язань відносяться контрактні зобов'язання:

- виплатити грошові кошти або надати якийсь інший вид фінансових активів іншому підприємству;
- обмінятися фінансовими інструментами з іншим підприємством на потенційно не вигідних умовах (зокрема, при вимушеній продажі дебіторської заборгованості).

Як випливає з приведеного визначення, можна виділити дві видові характеристики, що дозволяють кваліфікувати ту або іншу операцію як фінансовий інструмент:

- а) в основі операції повинні лежати фінансові активи і зобов'язання;
- б) операція повинна мати форму договору (контракту).

Фінансові інструменти поділяють на первинні, до яких відносяться кредити і позики, облігації, інші боргові цінні папери, кредиторська і дебіторська заборгованість по поточних операціях, і вторинні, або похідні, до яких відносяться фінансові опціони, ф'ючерси, форвардні контракти, процентні свопи, валютні свопи.

Що стосується розгляду фінансових прийомів і методів, то підхід до розгляду цієї категорії у різних авторів також неоднозначний.

Професор Павлова Л.Н. вважає, що фінансовий метод визначається як спосіб дії фінансових відносин на господарський процес.

Найважливішим методом фінансування господарської діяльності в сучасних умовах залишається самофінансування. Самофінансування – спосіб організації господарської і фінансової діяльності, за якого усі витрати, повністю покриваються за рахунок прибутку та інших власних джерел. Виручка від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг повинна забезпечувати кожному беззбитково працюючому підприємству отримання доходів, достатніх для покриття поточних витрат. До фінансових методів відносяться окрім самофінансування оподаткування, система розрахунків, прогнозування, інвестування, страхування, заставні операції і т.д.

Існують також інші класифікації прийомів і методів фінансового управління. Наприклад, К.Г.Скрипкін, описуючи методи фінансового управління, співвідносить їх з методами фінансового аналізу виділяє три напрями:

1) аналіз стану підприємства в цілому; 2) розгляд доходів і витрат в розрізі підрозділів; 3) складання фінансового плану. При цьому важливою складовою аналізу стає аналіз ризику. Прийоми і методи, що виділяються в роботі В.А. Половнікова, представлені у вигляді системного аналізу, який, на його думку, укрупнено можна розбити на наступні етапи: 1) постановка задачі, визначення цілей і критеріїв оцінки; 2) аналіз досліджуваної системи; 3) розробка концепції розвитку системи і підготовка можливих варіантів цього розвитку; 4) аналіз отриманих варіантів рішень та їх наслідків. Крім того, В.А. Половников відмічає, що реалізація іншого і третього етапів у зв'язку із збільшеною складністю економічних систем об'єктивно неможлива без використання економіко-математичних методів і моделей. Зокрема, розглядаючи третій етап він досліджує метод прогнозування, який заснований, на його думку, на таких припущеннях:

- основні чинники, що спостерігалися у минулому, тенденції і залежності збережуться, або можна буде передбачати і визначити напрями їх зміни в прогнозованому періоді;
- розвиток економічних процесів може бути представлено у вигляді плавної траєкторії, тобто воно повинне мати деяку інерційність;
- економічні процеси мають імовірнісний характер, а розвиток досліджуваного об'єкту визначається сумарним впливом закономірності і випадковості.

І.А.Бланк, розглядаючи питання, що стосуються систем і методів фінансового аналізу, пропонує класифікувати методи в залежності від різних ознак залежно від:

- об'єкту дослідження;
- організації поведінки;
- масштабів діяльності;
- об'єму дослідження;
- періоду проведення.

Крім того, І.А.Бланк виділяє наступні системи проведення аналізу на підприємстві: горизонтальний (трендовий) аналіз показників; вертикальний (структурний) аналіз; порівняльний аналіз; аналіз ризиків; аналіз коефіцієнтів; інтегральний аналіз.

Фінансові методи управління, що розглядаються Дж.В.К. Хорном зводяться до прийомів фінансового аналізу, які включають: 1) аналіз звітності (звіту про прибутки і збитки, балансу), який дає уявлення про засоби і зобов'язання фірми на конкретний момент часу, а також про виручку, витрати, податки, прибуток фірми за певний час; 2) аналіз фінансового стану, що здійснюється на основі фінансових коефіцієнтів; 3) аналіз потоків грошових коштів; 4) фінансове прогнозування.

Аналіз інших джерел по проведенню класифікації фінансових методів і прийомів, зокрема, таких авторів, як А.Д. Аюшиєв, А.М. Бірман, Ю.М. Березкін, С.В. Куніцина, Ю. Бриггем, В.В. Ковалев дозволяє виділити якнайповнішу, на наш погляд, класифікацію методів і прийомів фінансового управління.

Відповідно до цієї класифікації методи аналізу поділяються на формалізовані і неформалізовані. Перші засновані на описі аналітичних процедур на логічному рівні, а не за допомогою строгих аналітичних

залежностей. Застосування цих методів характеризується певним суб'єктивізмом, оскільки велике значення має інтуїція, досвід і знання аналітика. До другої групи відносяться методи, в основі яких лежать достатньо точні аналітичні залежності. Багато хто з перерахованих вище методів застосовується для оцінки і прогнозування фінансового стану підприємства в сукупності з різними моделями.

При цьому вирішуються наступні основні завдання: ідентифікація і кількісна характеристика фінансового стану; виявлення змін у фінансовому стані в просторово-часовому розрізі; виявлення основних чинників, що викликають зміни у фінансовому стані; прогноз основних тенденцій у фінансовому стані.

Висновки. Отже, ми розглянули суть фінансового механізму, а також його основні елементи. Крім того, фінансовий механізм, на наш погляд, можна розглядати як концепцію організації управління процесами фінансування підприємницької діяльності в умовах ринкових відносин. Отже, суть фінансових ресурсів і фінансового механізму в цьому розгляді виражається їх призначенням в процесі підприємницької діяльності. З позицій саме цієї концепції нами розглядаються проблеми функціонування фінансового механізму підтримки конкурентоспроможності машинобудівного підприємства.

Фінансовий механізм управління ресурсами корпорації – це інструмент дії на фінансові відносини і власне процес управління рухом фінансових ресурсів. Функціонування фінансового механізму здійснюється на різних рівнях управління: суб'єкта господарювання, галузевого, народногосподарського. Ми акцентуємо увагу на рівні суб'єкта господарювання, що функціонує в ринковій економіці.

Література

1. Баранов П.В. Финансовый менеджмент. Механизм финансового управления предприятиями / Баранов П.В. – М., 2002. – 260 с.
2. Басовский Л.Е. Финансовый менеджмент / Басовский Л.Е. – М., 2002. – 240 с.
3. Бригхем Ю. Финансовый менеджмент: Полный курс : в 2 т. / Ю. Бригхем, Л. Гапенски ; [пер с англ. / под ред. В.В. Ковалева]. – СПб. : Экономическая школа, 2000. – 669 с.

Надійшла 14.08.2011

УДК 658.8:303.4(477)

Н. М. ГУРЖІЙ

Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського

МЕТОДОЛОГІЧНА ТА ІНФОРМАЦІЙНА ПІДТРИМКА АРХІТЕКТУРИ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ

В статті розглядаються рівні архітектури стратегічного маркетингу та зазначаються складові її методологічної та інформаційної підтримки.

In the article an author is examine the levels of architecture of the strategic marketing and the constituents of its methodological and informative support are determined.

Ключові слова: рівні архітектури, стратегічний маркетинг, методологічна підтримка, інформаційна підтримка.

Вступ. Стержнем стратегічного менеджменту є стратегічний маркетинг, який на підприємствах України сьогодні переживає стадію становлення. Стратегія маркетингу як частина стратегії діяльності підприємства – це раціональна, логічна побудова, керуючись якою організаційна одиниця розраховує вирішити свої маркетингові задачі. Вона включає в себе конкретні стратегії по цільових ринках, комплексу маркетингу та витратам на маркетинг. На більшості вітчизняних підприємств питанням стратегічного розвитку приділяється явно недостатня увага. В результаті – запізниле реагування на зміни, що відбуваються в маркетинговому середовищі. Орієнтація деяких підприємств виключно на виживання забезпечила успіх лише в короткостроковому аспекті і має антиеволюційний характер. Тим часом, лише безперервне і гнучке стратегічне управління може забезпечити підприємству довготривалий успіх. Це повинно стати ключовим завданням адаптації підприємств до умов мінливого маркетингового середовища.

З погляду сучасної концепції маркетингу, стратегічний маркетинг узагальнює тенденції, допомагає вищому керівництву у визначенні напрямків діяльності господарчої структури.

Мета дослідження. Метою дослідження є спроба узагальнити складові для підтримки архітектури стратегічного маркетингу.

Аналіз літературних джерел з даної тематики. Аналіз різних точок зору на суть стратегічного маркетингу показує, що стратегічний маркетинг володіє певними специфічними відмінними рисами в порівнянні з тією маркетинговою методологією, яка склалася раніше. Стратегічний маркетинг:

– вперше розглядає споживача не як пасивний об'єкт дії з боку виробника, а як активного і повноправного агента ринку з довгостроковою програмою власної діяльності;

– визначає виробника як активного суб'єкта ринкової економіки, головною метою якого є його подальший розвиток шляхом задоволення потреб інших економічних суб'єктів, зацікавлених в його