

УДК 332.362: 622.323: 657.221

Гуткевич С. О., д.е.н. (Національний університет харчових технологій, м. Київ), Корінько М. Д., д.е.н. (Національна академія статистики, обліку та аудиту, м. Київ)

ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Виявлено основні напрями формування фінансових ресурсів підприємств України. Обґрунтовано основні напрями використання фінансових ресурсів, включаючи інвестиційну діяльність та впровадження інноваційних проектів.

Basic directions of forming of financial resources of enterprises of Ukraine are educued. Basic directions of the use of financial resources are reasonable including investment activity and introduction of innovative projects.

Выявлены основные направления формирования финансовых ресурсов предприятий Украины. Обоснованы основные направления использования финансовых ресурсов, включая инвестиционную деятельность и внедрение инновационных проектов.

Фінансові ресурси підприємств є однією із найважливіших об'єктів, які входять до сфери управління вищого управлінського персоналу та засновників суб'єктів господарювання України. Від доцільно обраних джерел фінансування діяльності підприємства та напрямів їх використання залежить збереження суб'єкта господарювання та його подальший розвиток.

Дослідження щодо фінансових ресурсів підприємства висвітлені у працях вчених: Гукасяна Г.М. [1] Веретенникової А.Б. [2] Ковалева А. И., Привалова А. Н. [3] Кэмпбелл Р. Макконелл, Стенди Брю. [4] Шумпетера И. [5] Яругової А. [6] надають можливість ознайомлення з окремими напрямками формування та використання фінансових ресурсів.

Діяльність суб'єктів господарювання в сучасних умовах господарювання в Україні, у зв'язку зі змінами внутрішнього та зовнішнього середовища, зумовлює потребу у подальших наукових дослідженнях.

Висвітлення сучасних підходів до формування фінансових ресурсів підприємства та напрямів їх використання є основним завданням даної статті.

Фінансові ресурси підприємства – це грошові кошти, що знаходяться в його розпорядженні. Їх можна спрямувати на розвиток виробництва, утримання об'єктів невиробничої сфери, створення резервів. Та частина фінансових ресурсів, що направляється на розвиток виробничо-комерційного процесу, є капітал у його грошовій формі.

Загальна формула капіталу

$$G - T - G_1, \quad (1)$$

де G – грошові кошти, авансовані інвестором;

T – товар (придбані засоби виробництва, робоча сила і т.п.);

G_1 – грошові кошти, отримані інвестором від продажу продукції, включаючи додаткову (додану) вартість.

Капітал повинен знаходитися у постійному обороті. Чим більше за рік оборотів зробить капітал, тим більше прибутку одержить підприємство. В структуру капіталу входять грошові кошти, які вкладені в основні засоби, нематеріальні активи, оборотні активи.

Фінансові ресурси підприємства формуються за рахунок цілого ряду джерел, серед яких виділяють власні та залучені. Джерелами фінансових ресурсів є: прибуток, амортизаційні відрахування, кошти від продажу цінних паперів, статутні та інші внески юридичних і фізичних осіб, кредити, кошти від реалізації страхового поліса і т.д.

Основні джерела формування фінансових ресурсів відображено на рисунку та у таблиці

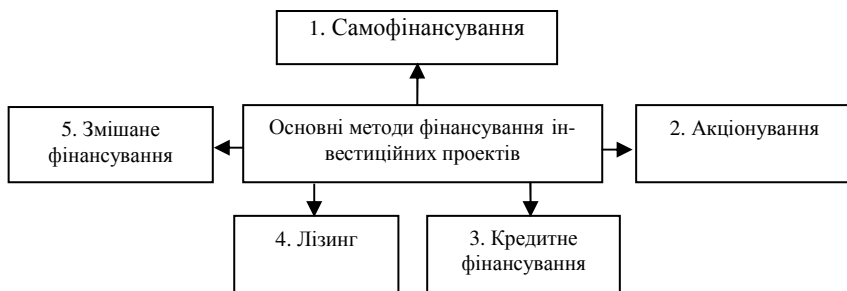


Рисунок. Джерела формування фінансових ресурсів

Статутний капітал – це сума внесків засновників господарського суб'єкта для забезпечення його життєдіяльності. Розмір статутного капіталу відповідає сумі, що зареєстрована в установчих документах. Збільшення або зменшення статутного капіталу може бути здійснено лише у встановленому порядку й потребує перереєстрації суб'єкта господарювання. Внесками до статутного капіталу можуть бути:

- споруди та устаткування,
- матеріальні цінності,
- цінні папери,
- нематеріальні активи,
- грошові кошти.

Внесок може бути у матеріальній або у нематеріальній формі, наприклад у вигляді ноу-хау (це комплекс технічних знань і комерційних секретів). На відміну від секретів виробництва, ноу-хау не патентується, оскільки значною

мірою складається з різних прийомів, навичок і ін. У світовій практиці ціна ноу-хау складає від 5 до 20% майбутнього прибутку.

Вартість внесків засновників, оцінювана у грошовому виразі, визначає їх частку в статутному капіталі.

Інвестиції – сума коштів, яку вкладає інвестор, щоб стати одним із власників підприємства та розраховувати на одержання визначеної частини прибутку.

Кредити можуть бути банківськими або комерційними. Комерційний кредит – відстрочка платежів одного господарського суб'єкта іншому. Він може бути у формі вексельного кредиту, товарного кредиту або у формі попередньої оплати покупця постачальнику.

Таблиця

Джерела формування фінансових ресурсів

Власні	Запозичені	Запозичені
Частина прибутку, що направлена на виробничий розвиток	Довготермінові кредити банків та інші кредитні ресурси	Внесок інших вітчизняних та зкордонних інвесторів (грант, безповоротна фінансова допомога).
Амортизаційні відрахування	Цільовий державний кредит, направлений на конкретний вид інвестування	
Доходи від реалізації основних засобів	Лізинг	
Частина залишків оборотних активів, що іммобілізуються		
Емісія цінних паперів		

Залучення певного джерела фінансування пов'язано для підприємства з визначеними витратами: акціонерам необхідно виплачувати дивіденди, банкам – відсотки по кредитах і т.п.

Загальна сума коштів, яку необхідно сплатити за використання визначеного обсягу фінансових ресурсів, виражена у відсотках до загального обсягу, є ціною капіталу.

Її можна визначити як середньозважену величину капіталу (CBK).

Методика розрахунку CBK.

- розділити суму дивідендів по привілейованих акціях на суму, мобілізовану в результаті продажу цих акцій;
- розділити суму дивідендів по звичайних акціях на суму коштів, мобілізовану в результаті продажу цих акцій, і нерозподілений прибуток;
- розрахувати середню розрахункову ставку відсотків до позикових кош-

тів;

- визначити питому вагу кожного з визначених джерел коштів у пасивах підприємства;
- перемножити вартість коштів по кожному джерелу на відповідну питому вагу;
- підсумувати результат.

Середньозважена величина капіталу є мінімальною нормою прибутку, очікуваного інвесторами від своїх вкладень. Обрані проекти мають забезпечити хоча б не меншу прибутковість.

В умовах високих темпів розвитку і впровадження досягнень науково-технічного прогресу кожне підприємство, що бажає залишитися у ринковому середовищі, у процесі діяльності не може обійтися тільки власними коштами, а й залучає позики. Але позики, надаючи можливість розвитку і підвищення прибутковості фірми, у той же час формують визначений рівень фінансового ризику. Для того, щоб не втратити платоспроможність, при формуванні оптимальної структури капіталу варто враховувати ефект фінансового важеля (леверіджа). Відповідно до концепції західноєвропейських фінансистів:

Ефект фінансового важеля – це приріст рентабельності власних коштів, отриманий завдяки використанню позикових засобів.

Рівень ефекту фінансового важеля (ЕФР) визначається за формулою:

$$\text{ЕФР} = (1 - \text{ставка оподатковуваного прибутку}) * x (\text{ЕР} - \text{СРСВ}) * \text{ПК} / \text{ВК}, (2)$$

де (ЕР – СРСП) – диференціал; ЗС / СС – плече ЕФР; ЕР – економічна рентабельність активів, розраховується розподілом НРЕІ на валюту балансу, НРЕІ – це нетто-результат експлуатації інвестицій, розраховується як сума балансового прибутку і відсотків по кредитах, СРСВ – середня розрахункова ставка відсотка (фінансові витрати на 1 грн, позикових коштів у відсотках), ПК – позикові кошти, ВК – власні кошти.

Найбільш важливі правила

Якщо нова позика приносить підприємству збільшення рівня ЕФР, це вигідно. Але необхідно стежити за станом диференціала: при зростанні плеча фінансового важеля банкір прагне компенсувати зростання свого ризику за рахунок підвищення ціни кредиту.

Ризик кредитора виражається через величину диференціала: чим він більше, тим менше ризик, і навпаки.

Фінансовий менеджер – професіонал не стане збільшувати за будь-яку ціну плече фінансового важеля, а буде регулювати його в залежності від диференціала.

Диференціал не повинен бути негативним.

Ефект фінансового важеля повинен дорівнювати $1/3 \dots 1/2$ рівня економічної рентабельності активів.

Чим більше сила впливу фінансового важеля, тим більше фінансовий ризик, пов'язаний з діяльністю підприємства:

- зростає ризик неповернення кредиту з відсотками для банку;
- зростає ризик зниження дивідендів і курсу акцій для інвестора.

На практиці існує ряд методів, за допомогою яких здійснюється процес фінансування інвестиційних проектів. Вибір того чи іншого методу залежить від різних факторів. Наприклад, від достатньої забезпеченості підприємства власними коштами, від доступності позикового капіталу, а також його вартості, від розвитку ринку банківських послуг і фінансового ринку тощо.

Інфляція приводить до знецінення фінансових ресурсів та капіталу підприємства. Для збереження їх вартості проводять індексацію, яка являє собою спосіб збереження реальної величини грошових ресурсів (капіталу) та доходів в умовах інфляції. В основі його лежить використання різних індексів. При аналізі та прогнозі фінансових ресурсів необхідно також враховувати зміни цін, для чого використовуються індекси цін.

Індекс цін – показник, який характеризує зміну цін за визначений проміжок часу. Розрізняють індивідуальний (однотоварний) і загальний (груповий) індекси. Індивідуальний індекс цін $[Z]$ розраховується як відношення ціни конкретного товару звітного періоду $[P_1]$ до ціни базисного періоду $[P_0]$:

$$Z = P_1 / P_0 \quad (3)$$

Загальний індекс цін визначається на основі агрегатного індексу:

$$G = P_1 N_1 / P_0 N_1, \quad (4)$$

де: G - загальний індекс цін; N_1 - кількість товару, проданого за звітний період.

Індекси цін можуть застосовуватися:

- по-перше, для оцінки динаміки купівельної спроможності споживачів у звітному періоді;
- по-друге, для прогнозу необхідних у майбутньому фінансових ресурсів, з урахуванням існуючої тенденції цін.

Для аналізу і прогнозу кількісних показників господарської діяльності використовують також індекси вартості (реалізації, товарообігу) і інші.

Проблемами, розв'язання яких зумовлює необхідність розробки дивідендної політики, є:

- з одного боку, виплата дивідендів повинна забезпечити захист інтересів власників і створити передумови для росту курсової ціни акцій, і в цьому зв'язку їх збільшення є позитивною тенденцією;
- з іншого боку, збільшення виплати дивідендів скорочує частку прибутку, реінвестованого у розвиток виробництва.

При формуванні дивідендної політики підприємства необхідно враховувати, що інвестори можуть високо оцінити вартість акцій підприємства навіть і

без виплати дивідендів, якщо вони добре поінформовані про його програму розвитку, причину невиплати і напрямки реінвестування прибутку.

Ухвалення рішення про виплату дивідендів та їх розмір значною мірою визначається стадією життєвого циклу підприємства. Наприклад, якщо керівництво передбачає запровадити визначену програму реконструкції підприємства і для її реалізації має бажання здійснити додаткову емісію акцій, тоді такий емісії повинен передувати досить тривалий період стійких високих виплат дивідендів, що призведе до істотного росту курсу акцій і, відповідно, суми позикових коштів, отриманої в результаті розміщення додаткових акцій.

З впровадженням в економіку ринкових відносин змінюється значення ціни в економічних процесах. У ринковій економіці ціна відіграє виняткову роль. Ціна, встановлена власником товару, проходить перевірку на ринку, де під впливом ринкових факторів устанавлюється її реальний рівень (на відміну від планово-директивної економіки, коли ціни встановлювалися в централізованому порядку). Від рівня ціни в значній мірі залежать фінансові результати діяльності суб'єкта господарювання. Для прийняття цінових і інших фінансових рішень підприємству необхідно мати достовірну інформацію про рівень попиту на цей товар. Переконалися в ефективності отриманої інформації можна, зіставляючи різні варіанти можливого виторгу від збільшення обсягів виробництва і продажів з додатковими витратами на маркетинг. Зважаючи на це, фінансовий менеджер має знати маркетинговий план підприємства, адже виваженість у питаннях цінових рішень, своєчасна орієнтація на ті або інші сегменти ринку, інтенсивні зусилля з просування товарів, контроль за реалізацією і своєчасним коригуванням маркетингової політики є найбільш важливою складовою успіху підприємства.

Стратегічна мета підприємства є основою для прийняття цінових рішень. З якими намірами виходить суб'єкт господарської діяльності на ринок: чи довго він збирається залишатися на ньому; яку продукцію збирається виробляти; на яких ринках і в яких обсягах продавати і т.п.

Ціни змінюються під впливом попиту та пропозиції. Величина попиту на товар визначається такими складовими:

- попит на товар;
- потреба покупця в цьому товарі;
- доход споживача;
- ціна на цей товар;
- ціна товару-замінника;
- ціна на товар, що доповнює основний;
- думка покупця про перспективи свого добробуту.

Формування фінансових ресурсів є надзвичайно важливою складовою у функціонуванні суб'єкта господарювання та потребує узгодження дій системи управління підприємством, а від управлінського персоналу цілої низки знань, умінь та досвіду за різними напрямками. Злагоджена та цілеспрямована

діяльність засновників та управлінського персоналу у вирішенні питань доцільного використання фінансових ресурсів забезпечує збереження підприємства та його подальший розвиток, а відповідно подальші кроки у процесі формування та використання фінансових ресурсів.

1. Гукасьян Г. М. Економічна теорія: ключові питання / Г. М. Гукасьян. – М. : ИНФРА, 1998. – 199 с. **2.** Веретенникова А. Б. Портфель финансовых стратегий и его значение в процессе стратегического финансового планирования / А. Б. Веретенникова // Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія: економічна. Випуск 75. – Донецьк : ДонНТУ, 2004. – С. 10-14. **3.** Ковалев А. И. Финансовый анализ деятельности предприятия / Ковалев А. И., Привалов А. Н. . – М. : Финансы, 1997. – 299 с. **4.** Кэмпбелл Р. Макконелл. Экономикс : пер. с англ. / Кэмпбелл Р. Макконелл, Стенди Брю. – М., 1992. – 790 с. **5.** Шумпетер И. Теория экономического развития : пер. с нем./ И. Шумпетер. – М. : Прогресс, 1982. – 450 с. **6.** Яругова Алиция. Управленческий учет: опыт экономики развитых стран: пер. с польск./ Яругова Алиция; предисловие Я. В. Соколова. – М. : Финансы и статистика, 1991. – 240 с.

Рецензент: к.е.н., професор Кушнір Н. Б. (НУВГП)