

2.6. Theoretical approaches to the system of analysis of current financial planning in the enterprise in modern economic conditions

Теоретичні підходи до системи аналізу поточного фінансового планування на підприємстві в сучасних умовах господарювання

Система поточного планування фінансової діяльності базується на розробленій фінансовій стратегії та фінансовій політиці за окремими аспектами фінансової діяльності. Це планування складається у розробці конкретних видів поточних фінансових планів, які дозволяють визначити на майбутній період усі джерела фінансування розвитку підприємства, сформувати структуру його доходів та витрат, забезпечити постійну платоспроможність підприємства, передбачити структуру його активів та капіталу на кінець планового періоду. Поточні плани фінансової діяльності розроблюються на наступний рік із розбивкою по кварталам.

Оскільки ряд вихідних даних розробки поточних планів носить ймовірний характер та поліваріантність їх параметрів в умовах сучасної економічної нестабільності країни достатньо високий, поточні фінансові плани підприємства по основним показникам бажано розроблювати у декількох варіантах – «оптимістичному», «реалістичному», «песимістичному».

Складання фінансового плану починають з прогнозу обсягу продажу, тому як джерелом більшої частини фінансових ресурсів залишається виручка від реалізації, у склад якої будуть включені практично усі майбутні грошові витрати підприємства. Прогноз обсягу продажу складається за кожним видом продукції, як правило, на 3 роки: для I-го року – щомісячно, для II-го – щоквартально, для III-го – на рік в цілому. Це пов'язано з тим, що в перший рік повинен бути відомий покупець продукції. Розрахунки на другий і третій роки мають характер прогнозів, складених на підставі маркетингових досліджень. Під розраховані суми реалізації буде придбатися обладнання, сировина та матеріали, сплачуватися заробітна плата, податки. Розмір всіх цих витрат повинен бути таким, щоб вийти на передбачуваний розмір прибутку з врахуванням вкладеного у виробництво капіталу. Прогноз обсягу продажу за конкретним видом продукції може бути оформлений таблицею 1.

Таблиця 1

Прогноз обсягу продажу

Показник	I рік (місяці)				II рік (квартали)				III рік (прогноз)
	1	2	...	12	1	2	3	4	
1. Обсяг продажу у натуральному виразі									
2. Ціна за одиницю продукції									
3. Обсяг продажу в грошовому виразі									
РАЗОМ за рік									

Однією з основних форм поточного фінансового планування є план надходження та виплат грошових засобів, де відображується концентрація всіх видів планованих грошових потоків підприємства. План надходження та виплат грошових засобів розроблюється на майбутній рік у помісячному розрізі для того, щоб забезпечити облік сезонних коливань грошових потоків підприємства. Він складається по окремим видам господарської діяльності та по підприємству у цілому. Розробка цього плану носить багатоваріантний характер по методам розрахунків окремих його показників. Основною метою розробки плану надходження та виплат грошових засобів є прогнозування у часі валового та чистого грошових потоків підприємства у розрізі окремих видів його господарської діяльності та забезпечення постійної платоспроможності на всіх етапах планового періоду.

Визначення планової цільової суми чистого прибутку підприємства уявляє собою найбільш складний етап у системі прогнозних розрахунків грошових потоків. Цільова сума чистого прибутку уявляє собою планову потребу у фінансових ресурсах, що формуються за рахунок цього джерела, яка забезпечує реалізацію цілей розвитку підприємства у майбутньому періоді. Розрахунок цільової суми чистого прибутку підприємства ведеться у розрізі окремих елементів майбутньої потреби, склад яких представлений у таблиці 2.

Таблиця 2.

Склад основних елементів розрахунку цільової суми чистого прибутку підприємства

Основні елементи розрахунку цільової суми чистого прибутку	
Капіталізована частина чистого прибутку підприємства	Споживча частина чистого прибутку підприємства
Приріст виробничих основних засобів	Виплата доходів власникам підприємства
Приріст нематеріальних активів	Бюджет участі найманих робітників у прибутку
Приріст власних оборотних активів	Бюджет внутрішньої соціальної програми
Приріст портфелю довгострокових фінансових інвестицій	Бюджет зовнішньої соціальної програми
Відрахування у резервний фонд	

Результати прогнозних розрахунків цільової суми чистого прибутку у розрізі перелічених елементів дозволяють не тільки сформулювати вихідну базу планування його грошових потоків, але й визначити внутрішні пропорції майбутнього її використання.

Розміри прибутків і збитків значною мірою залежать від обсягів продажу продукції. Обсяги продажу, як уже зазначалося, - це параметр, що його рідко коли можна точно спрогнозувати. Саме для того, щоб з'ясувати, якими мають бути обсяги продажу продукції фірми, щоб досягти прибутковості, і проводиться аналіз беззбитковості. Такий аналіз забезпечує гнучкість фінансових планів та дозволяє:

- визначити обсяги продаж з точки зору забезпечення беззбитковості;
- приймати рішення про цільові розміри прибутку;
- визначити ціну продаж;
- аналізувати постійні та змінні витрати.

Аналіз беззбитковості рекомендується проводити по всіх роках планового періоду. Якщо плановий об'єм продаж не забезпечує беззбитковості виробництва або необхідного запасу фінансової міцності, то розроблюється план забезпечення беззбитковості, куди включаються відповідні заходи, що впливають на витрати або об'єм продаж.

Розробка планового балансу доходів та видатків – це заключний етап фінансового планування. Мета його складання полягає у взаємоузгодженні доходів та витрат. За перевищення доходів над витратами сума перевищення може направлятися в резервний фонд. Коли витрати перевищують доходи, визначається сума фінансових ресурсів, якої бракує. Додаткові фінансові ресурси можна одержати за рахунок кредитів, позик, випуску цінних паперів тощо. Якщо джерело додаткових фінансових ресурсів уже відоме, то ці кошти включаються в дохідну частину, а сума погашення заборгованості в плановому періоді – у витратну частину фінансового плану.

Що стосується фінансового планування, воно являється одним з тих методів управління економікою, який досить активно і успішно розроблявся вченими. У цій галузі накопичено багато позитивного досвіду. Процес реформування вітчизняної економіки супроводжувався спочатку достатньо негативним відношенням до ідеї планування. Роль і значущість планування взагалі і фінансового зокрема можна достатньо легко обґрунтувати з різних позицій, тому банальні дискусії про те, потрібний план чи ні, у теперішній час вряд чи доречні; більш того, в умовах природного динамічного розвитку економіки, хаотичності ринку і постійно набуваючої конкурентної боротьби, роль цієї функції принаймні не зменшується.

Рішенню задач по формуванню і реалізації планових програм підприємства у багатьом може сприяти використання маркетингу, його принципів, методів, техніки. Разом з тим, доцільно удосконалити та використати відпрацьовану методологію планування. У сучасних умовах при розробці планів розвитку підприємств важливе значення набуває подальше вдосконалення методології планування – сукупності прийомів і способів розробки планів. Основні напрямки удосконалення методології планування: підвищення науково-технічного і розрахунково-економічного обґрунтування планів; широке застосування системи прогресивних техніко-економічних нормативів і норм, балансових розрахунків; подальше покращення системи показників в цілях підвищення ефективності виробництва – зниження матеріаломісткості і фондомісткості, зріст продуктивності праці, збільшення випуску високоякісної продукції, забезпечення напруженості і старанної збалансованості планів. Ці напрямки і будуть цілями на майбутнє. Плани розвитку на підприємстві розробляються на основі системи прогресивних техніко-економічних нормативів і норм. Найбільш вдосконалий метод розробки норм –

розрахунково-аналітичний, при якому норми і нормативи технічно обґрунтовуються за допомогою всебічного критичного аналізу стану реалізації, можливих змін у ньому, вивчення впливу різних факторів. В основу норм покладаються техніко-економічні і організаційні умови праці в плановому періоді. Техніко-економічні норми і нормативи розробляються за наступними основними групами:

- норми затрат живої праці (норми затрат робочого часу на одиницю продукції, норми продажу продукції в одиницю часу, норми обслуговування, нормативи чисельності);
- норми матеріальних затрат (питомі норми затрат закупівлю, паливо, енергії, комплектуваних виробів);
- нормативи використання знаряддів праці (нормативи використання машин, обладнання, механізмів, споруд, інструментів);
- нормативи організації процесу реалізації (тривалість реалізаційного циклу, обсяги незавершеного виробництва, запаси готової продукції, товарів, палива);
- норми тривалості освоєння проектних потужностей, які вступають у дію підприємств, цехів, агрегатів, установок.

Кризовий стан економіки України не залишає сумнівів у необхідності планування як основного способу підвищення ефективності господарювання, підвищення якості продукції й економічної конкурентноспроможності як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках.

Подальше вдосконалення системи фінансового поточного та перспективного планування передбачає використання програм багатоцільового підходу, у яких мета планування пов'язується з ресурсами за допомогою програм розвитку, без зайвої жорсткості та директивності. Для того, щоб вдосконалити систему фінансового планування, і тим самим підвищити ефективність та прибутковість фінансово-господарської діяльності підприємства, необхідно додержуватись наступних заходів:

- створити плановий відділ, який займався би безпосередньо плановими розрахунками на перспективу на підставі аналізу попередніх років;
- зробити розрахунок економічної ефективності удосконалення маркетингової діяльності;
- посилити внутрішній контроль за ефективним витрачанням коштів, встановити норми витрат та дотримуватись їх;

- забезпечити необхідними фінансовими ресурсами всі види діяльності підприємства, визначити шляхи ефективного вкладення капіталу;
- виявлення внутрішньогосподарських резервів збільшення прибутку за рахунок економного використання грошових коштів;
- вибір оптимальної цінової, податкової та дивідендної політики підприємства.

Стратегія сегментування ринку є одним із найважливіших видів стратегій маркетингу. Американські вчені вважають, що сегментування ринку – це основний метод маркетингу сучасності, з допомогою якого компанія розділяє його з урахуванням результатів аналізу по деяким ознакам на певні сегменти споживачів. Їх українські колеги зазначають, що стратегія сегментації ринку дозволяє фірмі, враховуючи свої сильні і слабкі сторони при виборі методів маркетингу, зупинитися на тих з них, які забезпечать концентрацію ресурсів на тих сферах діяльності, де компанія має максимальні переваги. Вчені зазначають, що при сегментації ринку компанії підрозділяють великі різномірні ринки на менші сегменти, які можна ефективно охопити товарами і послугами залежно від специфічних переваг споживачів. Аналіз теорії, дозволив розробити такі етапи сегментування ринку, як обрання стратегії масового, диференційованого чи цільового маркетингу, обрання одного чи декількох об'єктів сегментування та вибір ознак, за якою буде проводитися сегментація, залежності від обраного об'єкту та специфіки діяльності підприємства.

Успіх господарської діяльності підприємства гарантується за умови, коли фінансові стратегічні цілі відповідають реальним економічним і фінансовим можливостям підприємства. Саме тому зростає роль фінансового планування для забезпечення стійкого фінансового стану, підвищення рентабельності підприємства. Сьогодні планування діяльності підприємства стало досить серйозною проблемою, що викликано рядом причин. По-перше, це відсутність зрозумілих цілей, задач діяльності підприємства керівництвом. По-друге, це складності, які виникають при визначенні потреб в поточних видатках (кількість працівників, потужності тощо). По-третє, в сучасних умовах плани і кошти більше не спускаються зверху і підприємство повинно самостійно орієнтуватись на ринку. По-четверте, у багатьох підприємств немає системи надання достовірної інформації в необхідний час, в потрібному місці. Відповідно обґрунтований фінансовий план може бути використаний не тільки для залучення інвесторів і кредиторів, а й для оцінки результатів діяльності фірми після

фактичного започаткування бізнесу. Крім того, фінансовий план часто є основою для опрацювання детального робочого бюджету фірми. Таким чином, фінансовий план має стати керівним документом, що в ньому треба чітко визначити, звідки, коли та як залучатиметься та витрачатиметься необхідний капітал.

Особливу увагу треба приділити податковому плануванню на підприємстві, задачею якого є створення умов або додаткових суб'єктів господарської діяльності, за допомогою яких господарські операції будуть здійснюватися з мінімальними затратами на уплату податків. Податкове планування допоможе підприємству:

- додержуватись податкового законодавства шляхом правильних розрахунків податків;
- призвести до мінімуму податкові суми;
- максимально збільшити прибуток;
- розробити структуру взаємовигідних договорів із заказниками та постачальниками;
- керувати потоками грошових коштів;
- запобігати штрафних санкцій.

Головною рушійною силою створення нової ринкової вартості при здійсненні реструктуризації є формування підприємствами фондового потенціалу, в якому концентруються власний і позичковий капітал. Ефективне використання фондового потенціалу визначає підприємницьку діяльність підприємства як економічну систему, яка повинна забезпечити обґрунтоване управління у головних галузях – інвестицій, виробництва і збуту, фінансування. У такій системі ефективно формується нова політика іновачій, спрямована на підвищення якості продукції та зниження витрат продажу, замість колишніх пріоритетів з необмеженого нарощування обсягів реалізації. Нова система управління підприємством, яку треба сформувати на основі об'єднання найважливіших функцій: аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища, ресурсів і конкурентів; одержання і використання маркетингової інформації; довгострокового та поточного фінансового планування та контролю; прийняття рішень про стратегію і цілі, інвестиції, виробництво, збут, фінансування, вилучення капіталу, з питань кадрової, соціальної політики дозволяє поетапно реформувати структуру підприємства, інтенсифікувати його ділову активність, уникати можливих ризиків і загроз у досягненні рентабельності виробництва.