

Стефанів І.Ф., к.е.н., старший
викладач фінансів ТАНГ,
Дмитрів Д.В., к.т.н., доцент
кафедри економіки виробничої
діяльності ТДТУ ім. І. Пулюя

ЧАСОВИЙ АСПЕКТ У ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ СТАНОМ ПІДПРИЄМСТВА

У даній статті розглядаються питання пов'язані з управлінням фінансовим станом підприємства. Концентрується увага на взаємозв'язку зміни доходів суб'єктів господарської діяльності та зміни корисності товарів та послуг, які вони продукують.

Ключові слова: фінансовий стан підприємства, споживна вартість товару, точкова корисність.

Фінансовий стан підприємств безпосередньо залежить від структури факторів виробництва. У свою чергу, зміна якісних та кількісних характеристик ресурсів впливає на якісні та кількісні показники готової продукції та на її структуру. Можна відмітити, що існує і обернений зв'язок, який означається тим, що зміна структури та обсягів реалізованої продукції на ринку одразу ж тягне за собою зміну фінансового стану підприємства, а як наслідок, структура та якість основних фондів, оборотних активів та рівень мотивації змінюється.

Якщо існує така залежність, то в першу чергу підприємству слід визначитися із тим, яким чином у довготривалому періоді управляти наявними ресурсами для забезпечення власної фінансової стійкості.

Ефективність проведення усіх етапів кругообігу ресурсів пов'язана із тим, що існують моменти часу у просторі, активізація діяльності підприємства у яких стимулює його до отримання максимального можливого прибутку. Таким чином, у даному аспекті, фінансова стійкість є наслідком активізації зусиль у даних

моментів часу і навпаки. Між часом максимальної та мінімальної активності діяльності підприємства відбувається у так званому періоді спокою.

Отже, є нагальна необхідність у визначенні моменту часу, у якому підприємство може активізувати власні зусилля і того моменту часу, коли активну діяльність його потрібно згорнути. Оскільки настання даних моментів часу залежить від зовнішніх та внутрішніх факторів, то завданням даної роботи є їх визначення та формалізація.

Дана робота за своєю суттю перекликається із дослідженнями вчених, які спрямовані на вивчення проблем досягнення та утримання фінансової стійкості суб'єктів економічних взаємовідносин.

Питання виявлення закономірностей зміни фінансового стану вивчали ряд вчених, а саме Базилевич В., Лук'янов В., Писаренко Н., Вихрущ В., Максимова В. та інші.

Результати робіт вітчизняних та зарубіжних вчених зводяться до наступного. Встановлено, що рівень прибутковості прямо залежить від рівня попиту на товари, які продукує підприємство. У свою чергу обсяг попиту на товар залежить від того, яку кількість ресурсів та у яких комбінаціях витрачено на його створення. Слід зазначити, що однією із передумов зростання попиту на продукцію є підвищення її якісних характеристик. Таким чином, якісні та кількісні показники ресурсів у функціональній залежності впливають на фінансову стійкість підприємства.

У своїх дослідженнях економісти звертають увагу на два види корисності, а саме: граничну та сукупну корисність.

Сукупну корисність від споживання певної кількості товарів можна розрахувати за формулою:

$$TU = \sum_{n=1}^n MU_n \quad (1)$$

де TU – сукупна корисність від споживання певної кількості товару;

MU – гранична корисність від споживання n – го товару;

t – кількість товару, що споживається.

Якщо проаналізувати результати досліджень вчених, то можна помітити, що поза увагою залишаються динамічні показники товарів, а саме зміна споживчих властивостей товару протягом певного періоду часу. Напевно, ніхто не буде заперечувати, що споживна вартість товару протягом певного періоду часу змінюється. Переважно у сторону зниження. Та бувають випадки, коли все навпаки. Зокрема це стосується раритетних товарів. Отже, якщо фірма зможе спрогнозувати яким чином змінюється ціна товару протягом певного періоду часу, то зможе з врахуванням обсягів реалізації спрогнозувати власні доходи.

Загалом приріст доходів підприємства можна виразити за допомогою формули:

$$\Delta D = f(\Delta Y_r, \Delta K_r, f(O_z, O_bz, M)) \quad (2)$$

де D – доходи підприємства;

Y_r – якісні показники ресурсів у вартісному вираженні;

K_r – кількісні показники ресурсів у вартісному вираженні;

O_z – вартість основних засобів (активна частина);

O_bz – вартість оборотних активів у виробництві;

M – кількість грошових ресурсів, спрямованих на підтримання певного рівня мотивації.

Потрібно відмітити, що досягнення певного рівня прибутковості вимагає певного рівня затрат. Якщо у підприємства не вистачає коштів для проведення усіх витрат, то імовірно, що воно не досягне поставлених завдань. Також можна твердити, що при зниженні витрат на певну суму від запланованих, підприємство не завжди отримає таке ж зниження доходів. Бувають випадки,

коли зниження фактичних витрат по відношенню до планових є причиною повного знищення прибутковості діяльності протягом певного періоду часу.

Максимальна прибутковість підприємства пов'язана із збільшенням ціни на ринку на продукцію до найвищого значення. Таким чином, важливо віднайти той момент часу, який передусє такому збільшенню і який однозначно інформує про те, що таке збільшення відбувається.

Можна стверджувати, що ціна продукції збільшується із підвищенням її корисності для споживачів і навпаки. Тобто більша корисність товару призводить до збільшення обсягів його реалізації, до підвищення попиту на неї.

Таке твердження можна виразити формулою:

$$P = f(U) \quad (3)$$

де P – ціна товару;

U – корисність товару.

Якщо такий висновок правильний, то контролюючи зміну рівня корисності товарів на ринку можна визначати моменти часу, у які підприємство отримуватиме найбільший прибуток.

Потрібно відмітити, що процес використання будь-якого товару не здійснюється миттєво. Це означає, що споживання потребує часу. Якщо це так, то процес зміни активності споживача по відношенню до товару і визначає зміну рівня його корисності. Ми вважаємо, що для деталізації процесу реалізації потрібно розглядати процес зміни корисності протягом певного періоду часу. Таку корисність варто назвати точковою, оскільки вона характеризує корисність товару у певний період часу. Змінюється час – змінюється корисність, змінюється потреба у товарі, змінюються обсяги реалізації, змінюються доходи і прибутки підприємств і т.д.

Як видно з рис.1., споживна вартість товару протягом часу постійно змінюється. Процес завершення споживання товару породжує з часом зростання корисності і навпаки. Це означає, що потреба у товарі змінюється і бажання споживача купувати товар також змінюється. Ми не враховуємо тут купівельну спроможність покупця і вважаємо, що він має достатню кількість коштів для купівлі товару.

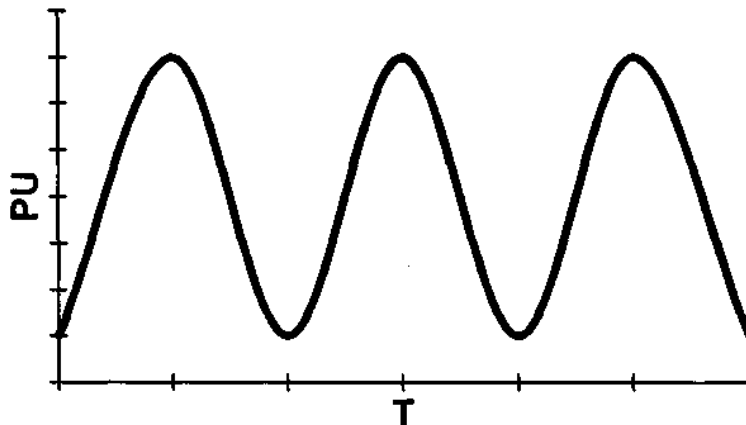


Рис. 1. Графік точкової корисності товару

де, PU – величина точкової корисності, T – час, протягом якого здійснюється споживання.

Таким чином, важливо синхронізувати фінансові потоки підприємства із зміною корисності товару у часі. У іншому випадку підприємство буде зазнавати втрат. Витрати підприємства не принесуть йому доходу.

Синхронізація фінансових потоків потягне за собою синхронізацію витрат та доходів підприємства. Якщо ж врахувати споживчі властивості товарів,

тривалість життєвого циклу товару, то можна більш точно прогнозувати власний фінансовий стан та управляти ним.

Слід враховувати ще і те, що потік доходів та витрат можна розглядати як безперервну сукупність точкового виміру, який має початок і невизначений у часі кінець. З іншої точки зору, потік доходів та витрат не має і точного визначення початку, оскільки будь-яка діяльність є наслідком минулої діяльності, яка за характером та зовнішніми ознаками може відрізнятися від теперішньої (і як правило відрізняється). Наприклад, доходи конкретної фізичної особи є наслідком не тільки теперішніх її дій, а й і її дій у минулому.

Підсумовуючи вищезгадане можна зауважити, що тільки у тому випадку, коли будь-яке підприємство зможе пристосувати процес управління власними можливостями до зміни рівня точкової корисності воно матиме можливість уникати необґрунтованих витрат, натомість фінансовий стан підприємства вирівняється, виробництво буде більш прогнозованим та планомірним.

Література

1. Василик С. Оценка эффективности деятельности предприятий. //Бизнес информ.-1997.-№21.-С.69-71
2. Загородний А., Кара Н. Реагирование предприятий на изменение внешней среды.//Бизнес информ.-1997.-№23.-С.45-48
3. Haveman H.A. Organizational Size and Change: Diversification in Saving and Loan Industry after Deregulation.// Adm. So. Quart. -1993. -March. -Vol.38. №1. -P.20-50.