

го регулювання процесу формування ренти, оренди земель сільськогосподарського призначення; неефективність економічних інструментів, що зумовлено відсутністю захисту прав власності на землі сільськогосподарського призначення; існуючої системи оподаткування; діючої системи земельних рентних платежів.

Висновки

Проведений аналіз розвитку інституційного середовища та функціонування інституційного механізму земельної ренти в сільському господарстві України дозволяє зробити наступні висновки. Функціонування інституційного механізму земельної ренти потребує подальшого вдосконалення, зокрема вдосконалення нормативно-правових основ функціонування інституційного механізму земельної ренти, зміни в нормативно-правових актах, що регламентують діяльність суб'єктів відносин земельної ренти з урахуванням природних, економічних, культурно-історичних особливостей становлення інституту земельної ренти в Україні; тощо. Створення умов, що формують ефективну систему захисту прав власності на землі сільськогосподарського призначення, а саме: формування повного реєстру земель сільськогосподарського

призначення, формування системи об'єктивної економічної оцінки землі, створення інститутів земельного ринку, формування інфраструктури інституту земельної ренти. Запропоновані заходи дозволять створити умови для нормального функціонування інституту земельної ренти, забезпечать юридичну обґрунтованість вилучення земельної ренти, захищеність прав землевласників і землекористувачів.

Література

1. Архіреєв С., Зінченко Я. Посттрансформаційна ринкова економіка: інституціоналізація фондового ринку // Економічна теорія, № 3, 2006. – С. 45.
2. Иваненко О.Б. Институциональный механизм земельной ренты и его усовершенствование в сельском хозяйстве // Автореферат. – Е. – 2010. – 23 с.
3. Норт Д. Інституції, інституційна зміна та функціонування економіки. – К., «Основи», 2000. – С. 198.
4. Рысъянов А.З. Институциональные изменения и их роль в построении рыночной экономической системы // Научный журнал КубГАУ. – 2007, №3. – С. 18–23.
5. Яковлева И.А. Рентные отношения: институциональный подход // Известия ИГЭА. – 2009. – №3. – С. 10–12.

М.М. БЕРДАР,

к.е.н., доцент, Київський національний університет ім. Т. Шевченка

Фінансова прозорість підприємства в управлінні фінансових ресурсів

У статті розглянуто прозорість фінансової діяльності підприємства, основні чинники, які впливають на фінансову прозорість, інформаційну відкритість щодо процесу управління фінансовими ресурсами.

В статье рассмотрена прозрачность финансовой деятельности предприятия, основные факторы, которые влияют на финансовую прозрачность, информационную открытость относительно процесса управления финансами ресурсами.

Transparency of financial activity of enterprise is considered in the article, basic factors which influence on financial transparency, informative openness in relation to the process of management financial resources.

Постановка проблеми. Трансформація української економіки та її перехід до ринкових відносин призвів до зміни фундаментальних принципів функціонування підприємств. Одним із найважливіших в сучасних умовах є принцип здійснення фінансово-господарської діяльності в межах наявних ресурсів. Невід'ємно складовою функціонування підприємства є процес формування і використання фінансових ресурсів. Значення цих процесів зростає разом із подальшим розвитком віт-

чизняної економіки, з необхідністю постійного збільшення власних капіталів українських суб'єктів господарювання та зростанням можливостей кредитного та інвестиційного ринків, на яких залучаються необхідні додаткові ресурси.

Однією з основних умов успішного управління розвитком фінансових ресурсів підприємства є прозорість його фінансової діяльності. Останнім часом значна кількість власників і топ-менеджерів підприємств, особливо представники крупного бізнесу, прагнуть до забезпечення високих показників економічної ефективності діяльності, а також до формування та сталості соціального статусу свого бізнесу, тобто до суспільної відомості й значущості, які, в свою чергу, також сприятимуть економічній безпеці підприємницької діяльності і, як наслідок, стабільноті фінансового стану підприємства та його прогресивному розвитку. Тому в процесі управління фінансовими ресурсами у суб'єкта господарювання виникає певна залежність від зовнішнього і внутрішнього середовища, від його поінформованості про можливості, досягнення і перспективи розвитку (у даному контексті – відносно фінансових ресурсів). Ця залежність особливо жваво проявляється в період пошуку джерел фінансування господарської діяльності, об'єктів вкладання коштів,

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВІДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

укладання контрактів. Неабиякої значущості набуває така залежність в процесі антикризового управління підприємством, коли важливим економічним, тобто інформаційним ресурсом стає довіра до спроможності підприємства вийти із кризового стану без суттєвих фінансових збитків. Тому можна стверджувати, що функціонування і розвиток як підприємства в цілому, так і його фінансових ресурсів має безпосередню залежність від інформаційної відкритості, яку згідно з предметом і об'єктом дослідження необхідно розглядати як фінансову прозорість.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Останнім часом дослідженням питань фінансової прозорості стали приділяти певну увагу вчені й практики [2, 5, 7, 9, –11]. Вони розглядають її в основному з прикладних позицій, тому методологічні і методичні питання набуття й використання підприємством такого важливого чинника як прозорість є недостатньо розробленими.

Метою статті є методологічні і методичні засади визначення фінансової прозорості підприємств щодо стратегічного управління фінансовими ресурсами.

Виклад основного матеріалу. Функціонування підприємств можливий на основі раціонального використання всіх економічних ресурсів. Вони мають практично рівноправну значущість у стабільному середовищі для досягнення і підтримки ефективності підприємства. Але в швидкозмінних умовах соціально-економічних перетворень, які притаманні економічному середовищу України, значущість різних видів економічних ресурсів перестає бути рівноправною і особливий інтерес починають викликати ті ресурси, які мають більшу мобільність, прибутковість й ефективність. У цих умовах фінансові ресурси набувають першорядного значення, оскільки їх трансформація в інші види економічних ресурсів підприємства відбувається, як правило з мінімальним часовим лагом. Від того, наскільки ефективно вони трансформуються в основні й оборотні кошти, а також використовуються для мотивування персоналу, залежить активність розвитку бізнесу в цілому.

Фінансові ресурси являють грошові прибутки, надходження, що знаходяться у розпорядженні підприємства, а також ті потенційні ресурси, які воно здатне акумулювати на фінансовому ринку завдяки можливостям свого розвитку. Щодо взаємозв'язку організаційно-правових форм підприємств, джерел, методів фінансування їх розвитку, можливо зробити висновок про те, що як правило для малих підприємств найбільш доступним є використання власних джерел фінансових ресурсів і такий метод фінансування, як самофінансування. Для середніх і великих підприємств більш доступним є позикові і залучені фінансові ресурси [3].

Оскільки фінансові ресурси є однією з основних умов і складових розвитку підприємства, вони самі потребують раціонального управління щодо власного розвитку, який є стрижнем загальноекономічного і, крім того, повинен мати стратегічну спрямованість згідно із загально корпоративними стратегіями підприємств.

Крім того, фінансові ресурси відіграють важливу роль в управлінні суб'єктом господарювання, віддаючи першорядну стратегічному, оскільки стратегії уможливлюють раціональний вибір траєкторії розвитку підприємства [2, 3, 6].

Грунтуючись на сутності категорії прозорості, можливо дати її визначення щодо предмету дослідження: фінансова прозорість підприємства характеризується доступністю інформації відносно спрямованості, результатів управління фінансовими ресурсами суб'єкта господарювання та його реального і потенційного фінансового стану. Таким чином, фінансова прозорість є властивістю підприємства, яка уособлюється в його інформаційній відкритості щодо процесу управління фінансовими ресурсами.

Основними чинниками, які впливають на фінансову прозорість, є чинники внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства. До чинників його внутрішнього середовища належать: організаційно-правова форма, стадія життєвого циклу, вид (велике, середнє або мале), наявність та якість використаних фінансових (та інших) ресурсів, вид продукції, загальнокорпоративна, конкурентні та функціональні (а саме – фінансова) стратегії розвитку.

До чинників зовнішнього оточення слід віднести: лояльність законодавства щодо фінансової та інформаційної діяльності, особливості статистичного, податкового та бухгалтерського обліку, емність та географічне розташування ринку впливу, рівень конкуренції на ринках продукції, фінансових та інформаційних послуг, особливості та темпи розвитку соціально-економічних процесів в регіоні, розвиненість фінансової інфраструктури, види потенційних інвесторів та мотиви їх дій, форми та методи фінансування розвитку підприємства.

Усі наведені фактори доцільно враховувати в процесі вибору виду фінансової прозорості та комунікаційних інструментів передачі повідомлень, які повинні її створювати і забезпечувати певну усталеність у внутрішньому і зовнішньому середовищі. Для того щоб визначитися з найзначущими чинниками для кожного конкретного підприємства, доцільно скористатися матрицею стратегічного балансу SWOT-аналізу.

Доцільно зауважити, що для прогресивного розвитку фінансових ресурсів, фінансова прозорість повинна мати активний характер, тобто бути [10, 11]:

- вичерпною (згідно з обраним різновидом) відносно можливостей підприємства; ідентифікованою, тобто мати певні відмінності в інформаційних повідомленнях, що дозволить відокремлювати їх від інших об'єктів;
- привабливою, тобто формувати позитивне ставлення до підприємства, до результатів управління фінансовими ресурсами;
- гнучкою, щоб зацікавити економічних агентів (відповідно до змін у мотивах їх поведінки, які, як правило, синхронізуються з мінливістю внутрішнього середовища і зовнішнього оточення);
- дієвою, тобто спонукальною до проведення конкретних фінансових заходів (методів фінансування і залучення фінансових ресурсів).

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Оскільки фінансова прозорість є складним поняттям, її доцільно поділити на певні різновиди, тобто класифікувати за найбільш значущими чинниками впливу на її усталеність. Грунтуючись на пропозиціях О.М. Ястремської [10] щодо класифікації інвестиційної прозорості, класифікаційними ознаками фінансової є: осяжність, тобто обсяг переданої інформації; спрямованість на певну сукупність суб'єктів; сутність переданої інформації; засоби передачі повідомлень.

За осяжністю прозорість може бути наступних видів: повна, коли підприємство передає практично всю фінансову інформації про результати управління і свій стан певним суб'єктам; неповна, за якою підприємство обмежує передачу інформації, як за обсягом, так і за інструментами комунікації; нульова, коли підприємство повністю є закритим щодо розголошення інформації про результати управління фінансовими ресурсами.

За спрямованістю на певну сукупність суб'єктів фінансова прозорість є: зовнішньою, що передбачає передачу повідомлень про управління фінансовими ресурсами підприємства оточуючому середовищу; оскільки зовнішнє середовище не є однорідним і складається з близького, тобто безпосереднього і опосередкованого, зовнішню фінансову прозорість також доцільно розглядати як пряму та опосередковану; внутрішню, в разі спрямованості інформаційних повідомлень про фінансовий стан підприємства персоналу, тобто безпосередньо у внутрішнє середовище.

За сутністю повідомлень фінансову прозорість доцільно представити видами, які характеризують групи фінансових показників, що інформують комунікаторів про набуття підприємством певних властивостей; такі види прозорості, відбуваються: ліквідність; рентабельність; прибутковість; ділову активність; стійкість; маневреність; фінансовий ризик; капіталізацію; дивідендоздатність.

За засобами передачі повідомлень фінансова прозорість є: реальною, коли інформація друкується у засобах масової інформації, оголошується на конференціях, зустрічах, брифінгах; віртуальною, якщо інформаційні повідомлення передаються засобами обчислювальної техніки за допомогою зовнішніх та внутрішніх електронних мереж.

Обрати той чи інший різновид фінансової прозорості підприємство може, спираючись на результати аналізу чинників, що впливають на процес управління:

– етап життєвого циклу, на якому знаходиться підприємство (або його певні підрозділи, інвестиційні проекти, види продукції, до яких відноситься інформація, яку передає підприємство);

– організаційно-правова форма підприємства (відкрите акціонерне товариство є значно прозорішим, ніж закрите або приватне, згідно не тільки з інформаційно-фінансовою політикою, що проводиться, а й з положеннями чинного законодавства);

– розмір підприємства (великі підприємства є більш відкритими, що пов'язано не тільки з їх прагненнями і можливостями, а й з більшою імовірністю розголошення інформації особами, які мають до неї безпосереднє відношення);

– ресурсні можливості підприємства, тобто ті кошти, які воно спроможне виділити для здійснення заходів щодо інформаційної відкритості, та в залежності від нагальної потреби сконцентрувати необхідні фінансові ресурси для започаткування і реалізації певного великомасштабного інвестиційного проекту;

– галузева принадлежність (галузі, що виробляють предмети широкого вживання є більш відкритими, ніж ті, що виробляють засоби виробництва);

– рівень конкуренції в галузі (галузі з високим рівнем конкуренції є, як правило, менш інформаційно відкрити, ніж ті, в яких рівень конкуренції є незначним);

– вид загальнокорпоративної стратегії, як головної, та всієї сукупності стратегічних альтернатив функціонування і розвитку підприємства (так, стратегія «скорочення» передбаче більшу міру закритості підприємства, ніж стратегія «прогресивного розвитку», яка може бути успішною тільки в разі суттєвої підтримки як ринку, так і персоналу підприємства).

Основною метою фінансової прозорості підприємства є інформаційне сприяння успішності стратегічного управління розвитком його фінансових ресурсів.

Головними завданнями прозорості мають бути [7]:

– сприяння прийняттю позитивних рішень економічними агентами щодо участі в інвестиційних проектах або інших заходах згідно із фінансовою стратегією підприємства і на певних умовах;

– скорочення терміну та зменшення коштів на обґрунтування фінансових рішень;

– досягнення взаємовигідних умов участі в фінансовій діяльності.

Для того щоб фінансова прозорість досягла очікуваних результатів щодо стратегічного управління фінансовими ресурсами підприємства згідно із функціональною фінансовою стратегією, їй повинні бути притаманні такі риси:

– цілісність та узгодженість як з місією підприємства, так і з очікуваннями та повідомленнями інших підприємства певної галузі або ринку;

– об'єктивність інформації, що передається;

– відносна стабільність до турбулентного впливу негативних значущих факторів зовнішнього середовища;

– рефлексивність до чутливих подій; певна спрощеність подання згідно з рівнем підготовленості аудиторії;

– персоніфікованість відповідно до можливостей і здобутків підприємства й очікувань аудиторії [10].

Оскільки досягнення фінансової прозорості є складним процесом, що супроводжує стратегічне управління фінансовими ресурсами, в процесі її формування і підтримування доцільно скористатися такими правилами дії [1]:

– зближення інтересів підприємства (власників і персоналу), фінансових кіл та партнерів;

– унікальності щодо сутності переваг;

– хронологічності (у здобутках управління фінансами, залученні до співпраці науковців);

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВІДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

- реалізації можливостей і здібностей власників і фінансових топ-менеджерів (професіоналізму, гнучкості, вміння керувати, працювати у команді);
 - інформаційної паузи щодо передачі занадто багато позитивної або негативної інформації, яка має здатність набирати та швидко забуватися без додаткових повідомлень);
 - виваженості під час спілкування та дозування пріоритетної інформації (для підтримки зацікавленості середовищ).
- Узагальнюючи пропозиції [7, 8], умовами успішності в процесі досягнення фінансової прозорості є такі:
- досягнення прозорості заздалегідь (до пропозицій щодо фінансування певних заходів та інвестиційних проектів);
 - урахування очікувань економічних агентів взагалі та фінансових кіл зокрема;
 - надання професійних рис щодо управління фінансовими ресурсами власнику і топ-менеджерам підприємства;
 - участь у конференціях, зустрічах, нарадах, у ході яких може виникнути висока вірогідність отримання позитивних відгуків на роботу підприємства та його фінансове положення;
 - оригінальність, надання повідомленням рекламного характеру;
 - врахування регіональних, ринкових та галузевої особливостей в управлінні фінансовими ресурсами підприємства.

Грунтуючись на типових цілях стратегічного управління фінансовими ресурсами, можна запропонувати для кожної з них певну узгодженість з групами фінансових показників, інформацію про які доцільно використовувати в процесі інформування про фінансові здобутки. Так, якщо стратегічною метою підприємства є максимізація прибутку у короткотерміновому періоді, основну увагу в інформаційних повідомленнях цьому доцільно зосередити на показниках рентабельності, ліквідності, маневреності; в разі прагнення до отримання довготермінового постійного помірного прибутку, такими показниками можуть бути оборотність, рентабельність, автономія; при прагненні мінімізації фінансового ризику варто звернути увагу на показники маневреності, автономії, ліквідності, ризику, фінансового відтоку і притоку.

Методологічні й методичні пропозиції щодо кількісного визначення рівня фінансової прозорості можливо застосовувати в практичній діяльності підприємств з метою моніторингу успішності взаємодії з внутрішнім і зовнішнім середовищем, діяльності установ фінансового ринку для визначення умов співпраці й доцільності своєї участі в фінансуванні і співпраці з оцінюваним підприємством.

Висновки

Незважаючи на те, що фінансова прозорість стала не-від'ємною рисою сучасних відтворювальних процесів, нас-

лідки її застосування є протиречними і мають як позитивний, так і негативний вплив на діяльність підприємства.

Важливо підкреслити, що ті підприємства, які отримали низькі оцінки рівня фінансової прозорості, не є фінансово нестійкими або ненадійними партнерами. Це свідчить про недостатню увагу їх фінансових менеджерів до інформування суб'єктів зовнішнього середовища про їх фінансовий стан і можливі напрямки розвитку, інформація про які повинна бути більш розширенюючою та розповсюдженю. Якщо фінансові менеджери змінять інформаційну політику підприємства щодо розширення інформації про напрями та результати використання оборотного капіталу і підприємства стануть більш відкритими, рівень їх фінансової прозорості підвищиться, що дозволить їм налагоджувати конструктивні взаємовідносини з органами державного управління і місцевого самоврядування, потенційними партнерами та інвесторами, зменшувати трансакційні витрати щодо фінансування свого розвитку і бізнесу в цілому.

Фінансова прозорість є властивістю підприємства, яка уособлюється в його інформаційній відкритості щодо процесу управління фінансовими ресурсами.

Література

1. Акофф Р. Планирование будущего корпорации. – М.: Прогресс, 1985. – 326 с.
2. Бердар М.М. Механизм формування економічного потенціалу підприємства. Монографія. – Ужгород: Поліграфцентр «ЛІРА», 2007. – 208 с.
3. Бердар М.М. Фінанси підприємств. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 352 с.
4. Ковалев В.В. Финансовый анализ. – М.: Финансы и статистика, 1996. – 432 с.
5. Кублицкая Т., Тимошин А. Боязнь открытого пространства // Секрет фирмы. Тематические страницы журнала «Коммерсантъ деньги». – 2008. – №6(361). – С. 16–24.
6. Лепейко Т.И., Лукьянченко И. А. Компания на рубеже веков: от механистической модели управления к интрапренерству // Персонап, 2001. – №5. – С. 29–32.
7. Лісничий В.В., Грищенко В.О., Іванов В.М. та ін. Сучасний виборчий PR. – Северодонецьк: Вид. дім «ЕВРІКА», 2001. – 480 с.
8. Сміт П., Бэрри К., Пулфорд А. Коммуникации стратегического маркетинга: Пер. с англ. // Под ред. проф. Л.Ф. Никулина. – М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2001. – 416 с.
9. Шмаров А., Полунін Ю. Нет в природе никакой репутации! // Эксперт, 2007. – №7(314). – С. 67–70.
10. Ястремська О.М. Інвестиційна діяльність промислових підприємств: методологічні та методичні засади. Наукове видання. – Харків: Вид. ХДЕУ, 2006. – 472 с.
11. Jones Charles P. Financial Management. – Boston: IRWIN, 2002. – 704 p.