



ФІНАНСОВО–КРЕДИТНА І ГРОШОВА ПОЛІТИКА

УДК 658.017:334.722.8

Чикуркова А.Д.,
д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту
організацій і адміністрування
Подільський державний аграрно-технічний університет

ЕМІСІЙНА СТРАТЕГІЯ ПУБЛІЧНИХ АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВ

Chykurkova A.D.,
dr.sc.(econ.), prof., head of department
of management of organizations and administration
Podolskyi State Agrarian-Technical University

EMISSION STRATEGY OF PUBLIC STOCK ENTERPRISES

Постановка проблеми. Світова фінансова криза завдала великого удару по розвитку підприємницького сектору української економіки. Проте спеціалісти відмічають, що пік кризових явищ минув і спостерігаються деякі ознаки зростання. Даний процес відновлення економіки супроводжується створенням нових підприємств. Створення і нормальне функціонування нових підприємницьких структур неможливо без формування достатнього обсягу капіталу, нестача якого викликає необхідність здійснювати пошук додаткових джерел фінансування, використовувати для цього як власні, так і позикові фінансові ресурси. Одним із напрямів стратегічної політики є формування ефективної емісійної стратегії підприємства, яка саме і має на меті випуск різного роду цінних паперів і корпоративних прав, які слугують джерелом поповнення власного і позикового капіталу в необхідній кількості.

Для підприємств, що здійснюють нині свою діяльність на фондовому ринку України і потребують залучення додаткових грошових коштів, існує кілька джерел фінансування їх діяльності. Такими джерелами є кредитні ресурси і емісія цінних паперів. Емісія цінних паперів є ефективним способом збільшення оборотних коштів акціонерних товариств.

У зв'язку з цим виникає потреба у вивченні, дослідженні та розробці рекомендацій в напрямку удосконалення існуючих і пошуку нових підходів до формування та реалізації нової емісійної стратегії публічних акціонерних товариств, як складової емісійної політики і загальної стратегії їх розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Для дослідження різних аспектів формування і реалізації емісійної стратегії публічного акціонерного товариства важливе теоретичне і методологічне значення мають праці багатьох вітчизняних вчених-економістів, серед яких слід відмітити здобутки Г. Артикульної, Л. Бабич, Д. Баюри, В. Битюцких, В. Борзунова, В. Гейця, А. Демби, В. Євтушевського, М. Зось-Кіора, Г. Куліш, І Лазні, Е. Лібанової, Ю. Лупенка, Ю. Макаренко, О. Мендрула, О. Михайлюк, О. Мороза, М. Небави, В. Опришко, Ю. Палкіна, В. Петюха, А. Поважного, О. Попова, В. Рибалкіна, І. Сазонця, О. Сохацької, О. Терещенка, В. Ткаченко, О. Трідіда та ін.

У ході дослідження етимології економічної дефініції „публічні акціонерні товариства” було з'ясовано, що цей термін запозичено вітчизняними науковцями із західної літератури (походить від англ. „public company”). Також слід зауважити, що публічним акціонерним товариствам як окремому виду підприємств приділено значно менше уваги у наукових

доробках економістів. Терміни „публічна компанія”, „відкрите/публічне акціонерне товариство”, „акціонерне товариство відкритого типу”, „відкрите акціонерне товариство”, „публічна корпорація” використовуються авторами/упорядниками як синонімічні категорії при перекладі з англ. категорії „public company”, яка і є першопричиною появи і використання цього словосполучення у сучасній українській мові. Для більш зручного сприйняття результатів у пропонованому дослідженні використовуватиметься термін „публічне акціонерне товариство” (ПАТ).

Проаналізований нами масив літературних джерел з визначеної проблематики дає змогу представити результати у формі узагальнених висновків, а також окремих посилань на найбільш влучні авторські позиції (табл. 1).

Таблиця 1
Визначення економічної категорії „публічне акціонерне товариство”*

№ з/п	Визначення	Літературне джерело
1.	Акціонерне товариство, акції якого продаються на фондовій біржі.	[1, с. 52]
2.	Товариство, акції якого можуть вільно купувати і продавати або розміщувати за допомогою відкритої передплати.	[2, с. 51]
3.	Товариство, акції якого можуть продаватися та купуватися на фондовій біржі. Отже, ці акції доступні багатьом верствам населення.	[3, с. 436]
4.	Товариство, акції якого вільно продаються на фондовому ринку.	[4, с. 231]
5.	Державна чи муніципальна корпорація, акції якої продаються на фондовій біржі без обмежень.	[5, с. 238]
6.	Компанія, яка має право оголошувати відкриту підписку на свої акції. Всі компанії; зареєстровані на фондовій біржі априорі є відкритими; для залучення акціонерів (інвесторів) їм не потрібно іншої реєстрації.	[6, с. 321]
7.	Публічне акціонерне товариство є правовим суб'єктом, створеним для здійснення комерційної або виробничої діяльності; повинне мати випущений акціонерний капітал не менше встановленого законодавчими документами рівня; може запропонувати свої акції за публічною передплатою, які можуть бути зареєстровані та здобути право продаватися на біржі.	[7, с. 88]
8.	Організаційно-правова форма підприємства, капітал якого утворюється об'єднанням багатьох індивідуальних капіталів через випуск та публічне розміщення акцій.	[8, с. 58]
9.	Публічне акціонерне товариство може здійснювати публічне та приватне розміщення акцій.	[9]

Джерело: складено за дослідженнями автора.

Як бачимо, механізм формування і функціонування публічних акціонерних товариств передбачає обов'язкову емісію цінних паперів, їх обіг на фондовому ринку, а отже і розробку ефективної емісійної стратегії. Проте багато питань з удосконалення та організації формування емісійної стратегії публічних акціонерних товариств залишаються малодослідженими та актуальними.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження сутності понять «публічне акціонерне товариство», «емісійна стратегія», а також тенденцій, особливостей формування та реалізації емісійної стратегії публічного акціонерного товариства.

Основним завданням наукової статті є розробка ефективної емісійної стратегії публічного акціонерного товариства задля покращення його діяльності.

Об'єктом дослідження стало публічне акціонерне товариство харчової промисловості та переробки сільськогосподарської продукції ПАТ Агрофірма „АВІС” Хмельницької області.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти проблеми формування та реалізації емісійної стратегії публічних акціонерних товариств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Особливостями публічного акціонерного товариства є:

- акціонери можуть відчужувати належні їм акції без згоди інших акціонерів та товариства;
- товариство може здійснювати як публічне, так і приватне розміщення акцій;

- при публічному розміщенні акцій акціонери не мають переважного права на придбання акцій, що додатково розміщуються товариством;

- товариство зобов'язане пройти процедуру лістингу та залишатися у біржовому реєстрі принаймні на одній фондовій біржі, при цьому укладання договорів купівлі-продажу акцій товариства, яке пройшло процедуру лістингу на фондовій біржі, здійснюється лише на цій фондовій біржі;

- річна фінансова звітність товариства підлягає обов'язковій перевірці незалежним аудитором, а також оприлюдненню (разом із аудиторським висновком);

- обрання членів наглядової ради і ревізійної комісії публічного товариства здійснюється виключно шляхом кумулятивного голосування;

- окрім питань, для вирішення яких законом вимагається кваліфікована більшість (три четвертих голосів від загальної кількості акціонерів товариства, які мають право голосу), рішення загальних зборів товариства приймаються простою більшістю голосів присутніх на зборах акціонерів. Товариство і його акціонери не мають право на свій розсуд розширити коло питань, які вирішуються кваліфікованою більшістю, а також збільшувати число голосів, якими вирішуються інші питання.

Отже, спільним для всіх визначень є те, що акції ПАТ повинні знаходитися у вільному доступі для покупців на фондовій біржі. Слід зазначити, що ПАТ є результатом об'єднання капіталів власників - акціонерів, які вклали свої ресурси у певній формі (найчастіше грошовій) у створення підприємства або розвиток його діяльності і очікують на отримання віддачі від свого вкладу, тобто прибутку. Оперуючи економічними термінами, можна перефразувати: акціонери (власники підприємств) інвестують свої ресурси в інвестиційний проект (підприємство).

Емісійна стратегія емітента є системою запланованих дій, які дозволяють сформувати власний капітал товариства на умовах, які вважають потрібними фінансові менеджери або ініціатори створення товариства. Вона включає два рівнозначних аспекти:

1. Визначення напрямку і режиму використання емісійних коштів.
2. Визначення бажаних обставин розміщення цінних паперів.

Стратегія емісійного залучення коштів включає:

- а) орієнтовану фіксацію можливого ареалу поширення цінних паперів даного товариства (місто, регіон, держава або група держав);

- б) визначення (виявлення чи формування) кола потенційних власників корпоративних прав (всі бажаючі, середній та вищий клас тощо) ;

- в) встановлення моделі реалізації цінних паперів – із контори товариства, на регіональній, загальноукраїнській або закордонній фондовій біржі тощо.

Отримавши весь засновницький статутний капітал, публічне акціонерне товариством (ПАТ) зможе залучити додаткові кошти інвесторів через відкриту підписку на акції. В цьому випадку ПАТ прийдеться збільшити свій статутний капітал, випустивши додаткові акції. Причому до моменту затвердження результатів розміщення акцій загальними зборами вони мають бути повністю оплачені.

Емісійна стратегія - це частина загальної політики формування фінансових ресурсів підприємства, яка полягає в залученні необхідного їх обсягу із зовнішніх джерел внаслідок випуску та розміщення на первинному ринку власних цінних паперів (акцій, облигацій тощо) [10, с. 59].

Першочерговим завданням товариства при проведенні емісійних операцій на ринку цінних паперів, враховуючи їх розмаїття, є розроблення певної емісійної політики. Відповідно до положень сучасної теорії корпоративних фінансів ПАТ Агрофірма „АВІС” повинно систематично аналізувати ефективність альтернативних джерел фінансування — використання власних коштів акціонерів (власний капітал) і позичених (емісія боргових зобов'язань, залучення депозитів і кредитів) з метою визначення оптимальної структури джерел фінансування, яка б мінімізувала витрати і схильність товариства до ризику і водночас сприяла ефективному управлінню і дотриманню регулятивних нормативних вимог.

Залучення власного капіталу з зовнішніх джерел шляхом додаткової емісії акцій є складним і дорогим процесом. Тому дане джерело формування власних фінансових ресурсів використовують лише у край обмежених випадках.

З позиції фінансового менеджменту основною метою емісійної стратегії є залучення на фондовому ринку необхідного обсягу власних фінансових засобів у мінімально можливий термін.

До основних складових емісійної стратегії ПАТ Агрофірма „АВІС” Хмельницької області можна віднести:

- визначення цілей його емісійної діяльності;
- вибір емісійних інструментів, тобто цінних паперів, що випускаються в обіг;
- визначення найефективніших методів розміщення цінних паперів;
- підтримка курсу цінних паперів власної емісії на вторинному ринку.

Розробка емісійної стратегії публічного акціонерного товариства передбачає такі етапи:

- дослідження можливостей ефективного розміщення майбутньої цінних паперів;
- визначення мети емісії (реальне інвестування, поліпшення структури використовуваного капіталу, намічене поглинання інших підприємств та інші цілі, що вимагають швидкої акумуляції значного обсягу власного капіталу.

- визначення обсягу емісії проводиться розрахунком потреби в залученні власних фінансових ресурсів за рахунок зовнішніх джерел.

- визначення номіналу, видів і кількості емітованих акцій.

Оцінка вартості створюваного акціонерного капіталу здійснюється за двома параметрами:

а) передбачуваному рівні дивідендів, який визначається, виходячи з обраного типу дивідендної політики;

- б) витрат з випуску акцій і розміщення емісії.

Емісія акцій - це сукупність дій емітента щодо здійснення підписки на акції. Успішна емісія корпоративних прав (акцій, часток), збільшення статутного капіталу залежить від багатьох факторів, зокрема від стану ринку капіталів, від тенденцій на біржі (для корпоративних прав, які котируються на біржі), очікувань на майбутні прибутки емітента та інвесторів, а також від параметрів емісії (обсяг, курс, співвідношення, з яким здійснюється емісія).

Дуже важливим елементом процедури збільшення статутного капіталу підприємства шляхом додаткової емісії є встановлення курсу емісії, тобто ціни, за якою товариство розміщує свої корпоративні права. Курс емісії встановлюється у відсотках до номіналу за рішенням відповідних органів підприємства. З юридичного погляду нижньою межею курсу емісії нових акцій є їх номінальна вартість; з економічного - номінальна вартість плюс витрати на проведення емісії.

До основних витрат на проведення емісії належать: оплата послуг аудиторів; оплата послуг фінансових посередників; витрати на друкування бланків цінних паперів; витрати на оплату державного мита при реєстрації емісії (0,1 % номінальної вартості запланованого обсягу емісії); оплата послуг незалежного реєстратора; витрати на рекламу та друкування інформації про емісію нової емісії.

Витрати, пов'язані з емісією цінних паперів, включаються до складу валових витрат підприємства-емітента. З метою стимулювання попиту на акції нової емісії їх максимальна вартість повинна бути меншою за ринковий курс акцій. Таким чином, верхня межа курсу емісії проходить на рівні ринкового (біржового) курсу акцій до проведення додаткової емісії. Правильний вибір курсу емісії є вирішальним фактором успіху її розміщення. Чим вищий курс додаткової емісії, тобто чим більше він наближається до біржового курсу акцій, тим значніший обсяг ліквідних засобів залучається на підприємство при заданому обсязі збільшення статутного капіталу, тим вищий буде емісійний дохід.

Емісійний дохід, або аджіо, - сума перевищення доходів, отриманих від емісії (випуску) власних акцій та інших корпоративних прав над номіналом таких акцій (інших корпоративних прав). Інакше кажучи, емісійний дохід - це різниця між курсом емісії і номінальним курсом корпоративних прав. Суми одержаного підприємством емісійного доходу не включаються до складу валового доходу з метою оподаткування [11, с. 23].

Дохід у вигляді аджіо можуть мати не лише акціонерні товариства, а й підприємства інших організаційно-правових форм. Величина аджіо у АТ може встановлюватися за результатами оцінки вартості підприємства або на основі балансового курсу (скоригованого на величину прихованих резервів) корпоративних прав.

Курс емісії тісно пов'язаний з політикою підприємства і сфері самофінансування та виплати дивідендів. Із збільшенням частки прибутку, який спрямовується на виплату дивідендів, курс емісії тягнє до збільшення. Якщо ж максимальним є рівень самофінансування, то встановлюється мінімальний курс емісії. Наприклад, у Швейцарії на сьогоднішній день, курс емісії встановлюється на рівні 2/3 біржового курсу та становить 350 - 400 % номіналу. В Німеччині курс емісії встановлюється на рівні 20 - 25% нижче за біржовий [12, с. 100].

Згідно Закону України «Про акціонерні товариства» найменування Закрите акціонерне товариство Агрофірма «АВІС» було змінено на Публічне акціонерне товариство Агрофірма «АВІС» на підставі Протоколу Загальних зборів від 08 грудня 2010 року та зареєстровано 16.12.2010 № 1659105 0010 000135. Було здійснено емісію іменних простих акцій обсягом 8779378 шт. загальною вартістю 92183469 грн. У 2010 році акції підприємства були переведені в бездокументарну форму додаткових внесків та відкрите (публічне) розміщення цінних паперів додаткового випуску прийнято загальними зборами акціонерів.

За період 2010-2012 рр. ПАТ Агрофірма „АВІС” стабільно отримувало прибуток на 1 акцію, в порівнянні з 2010 р. показало позитивну, але нестабільну динаміку даного показника. Найвищий рівень даного показника був досягнутий ПАТ Агрофірма „АВІС” в 2012 р. і становив 0,023 грн. прибутку на одну просту акцію (табл. 2).

Таблиця 2

Динаміка чистого прибутку (збитку) групи на 1 просту акцію по ПАТ Агрофірма „АВІС” у 2010-2012 рр., грн

Показник	2010 р	2011 р	2012 р	Відхилення			Темп зростання, %		
				2011-2010 рр.	2012-2011 рр.	2012-2010 рр.	2011-2010 рр.	2012-2011 рр.	2012-2010 рр.
ПАТ Агрофірма „АВІС”	0,0046	0,0096	0,0230	0,005	0,0134	0,0184	208,70	239,58	500,00

Джерело: розрахунки автора

Рішення про збільшення розміру статутного капіталу товариства шляхом збільшення кількості акцій існуючої номінальної вартості за рахунок додаткових внесків та відкрите (публічне) розміщення цінних паперів додаткового випуску, прийнято загальними зборами акціонерів. Метою використання фінансових ресурсів від додаткової емісії акцій є збільшення виробничих потужностей товариства та покращення бізнес-процесів, пов'язаних з виробництвом, транспортуванням та реалізацією продукції товариства. Розміщення акцій емітент проводить самостійно в період, акції не знаходяться в лістингу. Після закінчення строку звіт про результати розміщення реєструється в НКЦПФР, тимчасове свідоцтво про реєстрацію випуску підлягає обміну. Перевищення запланованого рівня розміщення акцій не допускається. При відмові від випуску акцій, внески, здійснені у порядку розміщення, повертаються не пізніше 30 днів після прийняття відповідного рішення загальним зборами акціонерів.

На аналізованому об'єкті ПАТ Агрофірма „АВІС” фінансово-економічні показники в цілому є задовільними. Емісійна політика підприємства спрямована на самофінансування, на що вказує коефіцієнт фінансування підприємства. Дана тенденція є безумовно негативною, оскільки нестача власних оборотних коштів свідчить про зменшення фінансової самостійності і зниження рівня платоспроможності підприємства. Підприємство лише у 2010 році збільшило статутний капітал і спрямовувало кошти на покращення і розширення фінансово-господарської діяльності підприємства.

Однією з наявних проблем є суттєвий брак власних оборотних коштів підприємства. Дану проблему можливо вирішити шляхом емісії акцій, оскільки дане джерело є найбільш дешевим і зручним. Розмір додаткової емісії становитиме 50000 тис. шт., номіналом 10 грн. Курс емісії враховує мінімум ставку середньозваженої вартості капіталу. Таким чином, більша частина коштів спрямовується на поповнення грошових коштів, деяка частина на нарощення запасів. Отриманий емісійний прибуток спрямовується в інший додатковий капітал підприємства. Керівництву запропоновано викупити 51% нової емісії задля уникнення

втрати контролю, а решту спрямувати на вільний продаж, оскільки даний пакет акцій не є протидією контрольному пакету власників.

Висновки та подальші дослідження. Залучення власного капіталу з зовнішніх джерел шляхом додаткової емісії акцій є складним і дорогим процесом. Тому дане джерело формування власних фінансових ресурсів використовують лише у край обмежених випадках. З позиції фінансового менеджменту основною метою емісійної стратегії є залучення на фондовому ринку необхідного обсягу власних фінансових засобів у мінімально можливий термін. Основні напрями реалізації емісійної стратегії ПАТ Агрофірма „АВІС” передбачають: визначення цілей емісійної діяльності; вибір емісійних інструментів, тобто цінних паперів, що випускаються в обіг; визначення найефективніших методів розміщення цінних паперів; підтримка курсу цінних паперів власної емісії на вторинному ринку.

Першочерговим завданням публічного акціонерного товариства при проведенні емісійних операцій на ринку цінних паперів, враховуючи їх розмаїття, є розроблення певної емісійної політики. Відповідно до положень сучасної теорії корпоративних фінансів, ПАТ Агрофірма „АВІС” повинне систематично аналізувати ефективність альтернативних джерел фінансування — використання власних коштів акціонерів (власний капітал) і позичених (емісія боргових зобов'язань, залучення депозитів і кредитів) з метою визначення оптимальної структури джерел фінансування, яка б мінімізувала витрати і схильність товариства до ризику і водночас сприяла ефективному управлінню ПАТ Агрофірма „АВІС” і дотриманню регулятивних нормативних вимог.

Література

1. Бизнес: Оксфордский толковый словарь : Англо-русский: Свыше 4000 понятий. – М. : Прогресс-Академия; Изд-во РГГУ, 1995. – 752 с.
2. Економічний тлумачний словник: власність, приватизація, ринок цінних паперів (укр.-англ.-рос.) / [Уклад.: Л.М. Алексеєнко, В.М. Олексієнко]. – Тернопіль : Астон, 2003. – 672 с.
3. Словарь по экономике / [Пер. с англ. под ред. П.А. Ватника]. – СПб. : Экономическая школа, 1998. – 752 с.
4. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. – М. : Инфра-М, 1996. – 496 с.
5. Українсько-російський тлумачний словник (словник фахівця) / [Авт.-упор. В.М. Копоруліна]. – Х. : Факт, 2005. – 400 с.
6. Шишханов М.О. Управленческий консалтинг : Слов.-справ. / М.О. Шишханов. – М. : Анкил, 2006. – 896 с.
7. Словник сучасної економіки Макміллана / [за ред. Д. Пірса]. – К. : „Артек”, 2000. – 640 с.
8. Мендрул О. Г. Ринок цінних паперів / О. Г. Мендрул, І. А. Шевчук. – К. : КНЕУ, 1998. – 152 с.
9. “Про акціонерні товариства” Закон України від 17.09.2008 р. № 514-VI // Відомості Верховної Ради України. – 2008. – № 50-51.
10. Міжнародні та національні стандарти корпоративного управління (збірник принципів та кодексів) [Електронний ресурс] / Міжнародна фінансова корпорація: проект "Корпоративний розвиток в Україні". – Режим доступу: <http://www.kstil.com.ua/files//documents/CG.pdf>
11. Куліш Г. Емісійна політика акціонерного товариства / Г. Куліш // Ринок цінних паперів України. – 2002. – № 1-2. – С. 19-28.
12. Хайд А. Корпоративное управление в Европе / А. Хайд // Проблемы теории и практики управления. – 2012. – № 4. – С. 95-106.

References

1. Business: Oxford explanatory dictionary: English- Russian: More than 4000 concepts (1995), Progress-Akademiya; Izd-vo RGGU, Moscow, Russia, 752 p.
2. Alekseienko, L.M. and Oleksienko, V.M. (2003), *Ekonomichnyi tлумachnyi slovnyk: vlasnist, pryvatyzatsiia, rynok tsinnykh paperiv (ukr.-anhl.-ros)* [Economic explanatory dictionary: ownership, privatization, securities market (ukrainian, english, russian)], Aston, Ternopil, Ukraine, 672 p.
3. Dictionary on Economy / [Trans. with the English. ed. PA Quilted jacket] (1998), 752 p.

4. Rayzberg, B., Lozovskiy, L.Sh. and Starodubtseva, Ye.B. (1996), *Sovremennyy ekonomicheskiy slovar* [Modern Ekonomicheskie Dictionary], Infra-M, Moscow, Russia, 496 p.
5. Koporulina, V.M. (2005), *Ukrainsko-rosiiskiy tlumachnyi slovnyk (slovnyk fakhivtsia)* [Ukrainian -Russian Dictionary (Dictionary specialist)], Fakt, Kharkiv, Ukraine, 400 p.
6. Shishkhanov, M.O. (2006), *Upravlencheskiy konsalting* [Management consultancy], Ankil, Moscow, Russia, 896 p.
7. Pirs, D. (2000), *Slovnyk suchasnoi ekonomiky Makmillana* [Macmillan Dictionary of Modern Economics], „Artek”, Kyiv, Ukraine, 640 p.
8. Mendrul, O. and Shevchuk, I.A. (1998), *Rynok tsinnykh paperiv* [Securities Market], KNEU, 152 p.
9. “On Joint Stock Companies”, Law of Ukraine № 514-VI (2008), *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy*, no. 50-51.
10. International and national standards of corporate governance (set of principles and codes) (2002), available at: <http://kstil.com.ua/files/documents/CG.pdf>
11. Kulish, H. (2002), “Emission corporation policy”, *Rynok tsinnykh paperiv Ukrainy*, no. 1-2, pp. 19-28.
12. Khayd, A. (2012), “Corporate governance in Europe”, *Problemy teorii i praktiki upravlenya*, no. 4, pp. 95-106.

УДК 657.631.

Олійничук В.М.,
к.е.н., доцент кафедри обліку і аудиту
Чортківський навчально-науковий інститут підприємництва і бізнесу
Тернопільський національний економічний університет

МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ СТРУКТУРНИХ ЗМІН ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ

Oliinychuk V.M.,
cand.sc.(econ.), assistant professor of the department
of accounting and auditing
of Chortkivskiy Institute of Entrepreneurship and Business
Ternopil National Economic University

MANAGEMENT MECHANISM OF FINANCIAL SUSTAINABILITY OF ENTERPRISE UNDER CONDITIONS OF STRUCTURAL CHANGES OF TAX POLICY

Постановка проблеми. Фінансова стійкість підприємства є однією з головних умов життєдіяльності, розвитку й забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємства. Актуальним напрямом сталого функціонування суб'єктів господарювання є розробка дієвого механізму управління фінансовою стійкістю підприємства, який має враховувати структурні зміни в податковій політиці держави, які відбувались протягом останніх кількох років.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останніми роками питання оцінки фінансової стійкості підприємства висвітлювали у своїх працях такі вітчизняні науковці: М.Д. Білик, І.О. Бланк, В.А. Забродський, Н.А. Кизим, Л.Н. Лахтінова, Є.В. Мних, Н.Ю. Невмержицька, О.В. Павловська, Н.М. Притуляк, Н.В. Ткаченко, Г.В. Савицька, Ю.С. Цал-Цалко, Л.М. Шаблиста, Л.В. Шірінян та інші. Значний вклад у розробку