

УДК 338.46:338.5

Доц. В.І. Блонська, канд. екон. наук;
магістр М.В. Семенюк – Львівська КА

СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА "INTERNET-УКРАЇНА" З УРАХУВАННЯМ РІВНЯ ТАРИФІВ НА ПОСЛУГИ

Розглянуто етапи розробки стратегії управління прибутком на підприємстві, обґрунтування величини прибутку підприємства з урахуванням рівня тарифів на послуги. Це дає змогу підприємству забезпечити ефективну діяльність та зайняти активну позицію в умовах ринку.

Assist. prof. V.I. Blons'ka; master's degree M.V. Semenyuk – L'viv commercial academy

Strategy of management by the income of enterprise "Internet-Ukraine" taking into account the level of tariffs on services

Design times of strategy of management by an income are considered on an enterprise, обґрунтування sizes of income of enterprise taking into account the level of tariffs on services. It gives to the enterprise to provide effective activity and to plant active of oneself in the conditions of market.

Результативність діяльності "Internet-Україна" значною мірою залежить від рівня тарифів на послуги. В умовах вітчизняного ринку ціни на послуги встановлюються з урахуванням особливостей кон'юнктури ринку, структури середовища, ступеня цінового ризику у процесі надання послуг та інших чинників, що впливають на процес ринкового ціноутворення. Складність ціноутворення у сучасних умовах полягає у тому, що рівень тарифів залежить від особливостей ринку.

У сучасних умовах ціна послуг, що встановлює підприємство, повинна відповідати двом основним вимогам:

- має забезпечувати підприємству отримання прибутку, достатнього для його розвитку;
- повинна відповідати уявленням споживачів про визначення, якості цінності інформації та стимулювати споживача скористатись нею.

З урахуванням такого рівня тарифів і має визначатись величина прибутку підприємства у процесі його планування на перспективу.

Основний матеріал. В умовах господарювання кожне підприємство, а саме "Internet-Україна" веде свою діяльність з метою одержання прибутку. Прибуток є винагородою для власників за ефективну діяльність, є багатоманітним показником, що формується від багатьох видів діяльності, різної номенклатури послуг.

"Internet-Україна" у своїй номенклатурі налічує такі види послуг:

- телекомунікаційне обладнання комп'ютерної та фінансової техніки;
- ремонтне та сервісне обслуговування;
- розроблення програмного забезпечення (ПЗ);
- Інтернет-зв'язок;
- рекламна діяльність.

У зв'язку з цим виникає необхідність в ефективному управлінні прибутком від надання послуг. У процесі управління прибутком розробляється його стратегія.

Розроблення стратегії ефективного управління прибутком "Internet-Україна" передбачає такі послідовні етапи:

1. Визначення цільової суми прибутку підприємства.

2. Визначення обсягу надання послуг, що забезпечить отримання цільової функції.
3. Розроблення асортиментної політики.
4. Розроблення цінової політики.
5. Формування джерел інформації.
6. Управління валовим доходом.
7. Управління поточними витратами.

На *першому* етапі визначають цільову суму прибутку підприємства, величина якої залежить від стадії життєвого циклу підприємства, стратегічних завдань і тактики їх вирішення. Досліджуючи підприємство "Internet-Україна", можна сказати, що підприємство працює зі зростаючим прибутком кожного року. Наприклад, у 2003 р. прибуток становив 5,9 млн. грн., у 2004 р. – 7,3 млн. грн., у 2005 р. – 10,4 млн. грн. Тому можна прогнозувати більший прибуток на 2007 р. за рахунок розширення кола користувачів Internet-послуг.

На *другому* етапі обґрунтування стратегії розвитку розраховують необхідний обсяг надання послуг і оцінюють можливий попит користувачів. Досягнення збалансованості між необхідним і можливим обсягом надання послуг забезпечується на наступних етапах розробки стратегії управління прибутком шляхом розробки асортиментної політики на *третьому* етапі. Вона має бути спрямована на оптимальну структуру певних груп послуг відповідно до структури попиту користувачів.

Обґрунтування цінової політики на *четвертому* етапі має бути спрямоване на визначення оптимальних тарифів на послуги і, як наслідок, – максимальний прибуток.

Формування джерел інформації підприємства має передбачати залучення ефективної інформації актуальних проблем, що забезпечить ефективну діяльність підприємства з найменшими затратами.

Шостий та *сьомий* етапи розробки стратегії дає результат визначення можливого обсягу отримання доходів та здійснення поточних витрат на плановий період, порівняння яких дає змогу оцінити можливий обсяг прибутку підприємства. Можливий обсяг отримання прибутку необхідно порівняти з його цільовим розміром. Якщо відповідність досягнута, то стратегічний план приймається до виконання, здійснюються заходи з контролю за ходом його реалізації.

Висновок. Отже, незважаючи на високі тарифи на Internet-послуги коло користувачів з кожним роком розширюється і, відповідно, збільшується прибуток підприємства. Тому підприємство "Internet-Україна", застосовуючи стратегію управління прибутком, зможе інтенсивніше розвиватись в майбутньому.

Література

1. Єжова Л.Ф. Дослідження ринку Internet послуг// Інформаційний маркетинг. Навч. посібник. – К.: Вища шк., 2002. – С. 318.
2. Корієв В.Л. Обґрунтування прибутку підприємства з урахуванням рівня ціни на продукцію// Актуальні проблеми економіки № 3(45) 2005 р. – С. 98.
3. Мазаракі А.А. та ін.// Економіка торговельного підприємства, підручник. – К.: Хрещатик – 1999. – С. 465.
4. Томілов В.В. Маркетинг в системі підприємництва. – СПб.: Гелікон Плюс, 2000 р.
5. Туріянська М.М. Прибуток – важливе внутрішнє джерело// Вісник ДонДУЕТ № 3(27) 2005 р.