

4. ЕКОНОМІКА, ПЛАНУВАННЯ І УПРАВЛІННЯ ГАЛУЗІ

УДК 658.155.2

*Доц. В.І. Блонська, канд. екон. наук;
магістрант Н.М. Іляш – Львівська КА*

ПРИБУТОК ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТА НАПРЯМИ ЕФЕКТИВНОГО ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ

Досліджено суть економічної категорії "прибуток" та його роль в умовах ринкової економіки. Визначено основні задачі управління формуванням, розподілом та використанням прибутку торговельного підприємства. Запропоновано структурно-логічну схему процесу управління прибутком торговельного підприємства. Відображено матрицю вибору типу політики формування прибутку торговельного підприємства з урахуванням рівня його корпоративного ризику

Assoc. prof. V.I. Blonska; undergraduate N.M. Ilyash – L'viv commercial academy

Income of auction enterprise and directions of his effective use

Essence of economic category is explored "income" and its role in the conditions of market economy. Certainly basic tasks of management and use of income of auction enterprise forming, division. The structurally-logical chart of process of management of auction enterprise an income is offered. The matrix of choice is represented as a policy of forming of income of auction enterprise taking into account the level of his corporate risk

В умовах формування реальної самостійності суб'єктів господарювання значно зростає вагомість прибутку в господарському механізмі підприємства, оскільки прибуток є не тільки стимулом його діяльності, а й основним джерелом розвитку. Ефективне управління прибутком є дуже важливим та актуальним, що зумовило дослідження в роботі низки питань щодо використання прибутку торговельного підприємства, а саме його економічної природи; його місця в діяльності підприємства; правомірності та доцільності розгляду прибутку як об'єкта управління; інструментарію розподілу прибутку.

Розмаїтість підходів до визначення поняття прибутку свідчить про різне його трактування. На нашу думку, прибуток варто розглядати не тільки як кінцевий фінансовий результат комерційної діяльності і показник ефективності підприємства, а й як основну стратегічну його мету, стимул до подальшого розвитку через грошові заощадження.

У сучасних умовах існують різні погляди щодо поняття прибутку, однак при цьому значна більшість вчених характеризує лише його кількісний аспект. На думку А.А. Мазаракі, прибуток як економічний показник являє собою різницю між ціною реалізації та собівартістю продукції (товарів, послуг), між обсягом отриманого виторгу та сумою витрат на виробництво й реалізацію продукції [3, с. 449].

За визначенням С.Ф. Покропивного, прибуток – це та частина виторгу, що залишається після відшкодування усіх витрат на виробничу і комерційну діяльність підприємства. Характеризуючи перевищення надходжень над вит-

ратами, прибуток виражає мету підприємницької діяльності і є головним показником її результативності (ефективності) [1, с. 436]. Л.І. Шваб зазначає, що прибуток як узагальнювальний фінансовий показник діяльності підприємства – це та частина його виторгу, що залишається після відшкодування всіх витрат на виробничу й комерційну діяльність підприємства [8, с. 490]. Однак усі ці трактування характеризують насамперед кількісний аспект прибутку, що є очевидним, проте замовчується його економічна природа.

Російський економіст Д.С. Моляков під прибутком розуміє грошове втілення частини вартості додаткового продукту. А.М. Поддєрьогін визначає прибуток як частину заново створеної вартості, виробленої і реалізованої, готової до розподілу, тобто, наголошуючи на важливості процесу реалізації виробленого продукту. У публікаціях останніх років І.А. Бланк чи не вперше в Україні використав поняття співвідношення ризику і доходу у своєму визначенні прибутку. На його думку, прибуток – це втілений у грошовій формі чистий дохід підприємця на вкладений капітал, що характеризує його винагороду за ризик здійснення підприємницької діяльності та є різницею між сукупним доходом і сукупними витратами у процесі здійснення підприємницької діяльності [6, с. 41].

Влучніше розкриває економічну суть прибутку визначення українського вченого-економіста С.В. Мочерного про те, що прибуток – перетворена похідна форми додаткової вартості, яка з кількісного аспекту є різницею між ціною продажу товарів і витратами капіталу на її виробництво [2, с. 397]. Адже незаперечним фактом є те, що кількісно прибуток відображається як різниця між ціною товару та витратами на його виробництво, однак вчений, цілком доречно, зауважує, що прибуток відображає перетворену похідну форму додаткової вартості.

Теоретично прибуток у трансформаційний період виступає як об'єкт та інструмент управління, в якому сконцентровано інтереси майже всіх суб'єктів економічної діяльності. Він є джерелом фінансових ресурсів суб'єктів господарювання та держави. Як особливе джерело формування й поповнення фінансових ресурсів підприємницьких структур прибуток із переходом до ринкової економіки є тією частиною грошових заощаджень підприємства, яка сприяє розширенню виробництва та підвищенню добробуту акціонерів. У цьому полягає відтворювальна та стимулювальна функція прибутку. Як важливий показник оцінки фінансових результатів діяльності суб'єкта господарювання, його фінансового стану і перспектив розвитку прибуток є показником ефективності функціонування підприємства в цілому й фінансових можливостей держави. Саме тому він виконує контролюючу функцію та сигналізує про необхідність заходів щодо зменшення собівартості продукції, нарощування обсягів виробництва, доцільності змін у ціновій політиці, розширення асортименту товарів.

Комплексний характер управління формуванням прибутку відображає необхідність управління всіма його складниками і доцільною, на нашу думку, є розширена модель, яка характеризує роль прибутку підприємства в ринкових умовах (рис. 1).



Рис. 1. Характеристика ролі прибутку торговельного підприємства в умовах ринкової економіки [4, с. 10]

Реалізація головної мети управління прибутком торговельного підприємства потребує визначення конкретних задач за напрямками його формування, розподілу та використання. До основних задач управління формуванням прибутку торговельного підприємства запропоновано відносити:

- визначення потреби у необхідній (цільовій) сумі прибутку, що забезпечує цілі розвитку підприємства та умови його самофінансування за рахунок внутрішніх джерел;
- забезпечення досягнення необхідного рівня прибутку на вкладений власниками капітал (власний капітал);
- забезпечення оптимальної пропорційності між рівнем прибутку, що формується та рівнем ризику підприємницької діяльності торговельного підприємства;
- забезпечення високої якості прибутку за окремими джерелами його формування.

До основних чинників ефективного управління розподілом прибутку торговельного підприємства запропоновано віднести:

- забезпечення передбаченого законодавством розподілу отриманого прибутку між підприємством та державою, а також іншими учасниками його зовнішніх фінансових відносин;
- оптимізація розподілу прибутку, що залишається у розпорядженні підприємства між заощадженням і споживанням;
- оптимізація розподілу прибутку підприємства, що призначений для споживання між власниками та найманими працівниками;
- оптимізація пропорцій розподілу заощаджуваного прибутку підприємства між інвестиційними ресурсами та резервним капіталом.

До основних задач управління використанням прибутку торговельного підприємства запропоновано відносити:

- забезпечення повного і ефективного використання власних інвестиційних ресурсів;
- забезпечення ефективного використання прибутку, що спрямований на матеріальне стимулювання найманого персоналу;
- забезпечення повного і ефективного використання прибутку, що спрямований на соціальний розвиток колективу підприємства.

Процес управління прибутком торговельного підприємства має відбуватися в певній послідовності і забезпечувати реалізацію головної мети та основних задач цього управління. З цією метою, за результатами дослідження, ми запропонували таку структурно-логічну схему здійснення процесу управління прибутком торговельного підприємства (рис. 2).



Рис. 2. Структурно-логічна схема процесу управління прибутком торговельного підприємства [7, с. 11]

Оцінка результативності управління прибутком підприємства має охоплювати всі основні аспекти цього управління. Для оцінки результативності управління формуванням прибутку пропонується використовувати показники як рентабельності, так і якості прибутку.

Рентабельність характеризується системою показників оцінки ефективності формування прибутку підприємства, за якою відповідний показник суми отриманого ним прибутку співвідноситься із сумою ресурсів (або їх витрат), що забезпечували його формування. Якість прибутку характеризується системою показників, що визначають зміни пропорцій його формування за окремими джерелами під впливом відповідних чинників.

Оцінку результативності управління розподілом прибутку торговельного підприємства пропонуємо здійснювати за критерієм впливу на зростання його ринкової вартості. Для узагальнювальної оцінки результативності управління прибутком торговельного підприємства запропоновано спеціальний показник – коефіцієнт зростання власного капіталу підприємства за рахунок капіталізованого прибутку.

У системі управління формуванням прибутку підприємств одним з найактуальніших напрямів на сучасному етапі є врахування чинника ризику. За результатами дослідження, об'єктами управління пропонуємо визнати спекулятивний корпоративний ризик підприємства, розподілений за функціональною ознакою на діловий та фінансовий, а за джерелами виникнення – на систематичний та випадковий.

Критичний огляд основних показників, на яких базується сучасна методологія ризик-менеджменту, показав, що найбільш придатним для оцінки ризиків формування прибутку торговельних підприємств є коефіцієнт варіації. Він узагальнює в собі підходи до розрахунків дисперсії та середньоквадратичного (стандартного) відхилення, тобто інтегрує в собі всі вихідні елементи їх розрахунку. Розрахунок коефіцієнта варіації пропонуємо здійснювати за показником можливих коливань коефіцієнта чистої рентабельності власного капіталу у плановому періоді.

Обґрунтування вибору типу політики управління формуванням прибутку торговельного підприємства пропонуємо здійснювати на основі авторської матриці (рис. 3).

Очікуваний розмір можливих відхилень прибутку від передбаченого до формування	Ймовірність корпоративного ризику формування прибутку		
	Низька	Середня	Висока
Низький	I Консервативна політика	II Консервативна політика	III Помірна політика
Середній	IV Консервативна політика	V Помірна політика	VI Агресивна політика
Високий	VII Помірна політика	VIII Агресивна політика	IX Агресивна політика

Рис. 3. Матриця вибору типу політики формування прибутку торговельного підприємства з урахуванням рівня його корпоративного ризику [7, с. 15]

Обраний тип цієї політики слід враховувати під час подальшого формування окремих видів фінансової політики торговельного підприємства, а також відповідних методів нейтралізації ризиків за визначеними елементами їх розрахунку.

Пропорції розподілу прибутку визначають обсяги фінансування потреб забезпечення господарської діяльності підприємства й розвиток соціаль-

ної сфери, виплату дивідендів і формування резервів. На підставі виконаного дослідження встановлено, що розподіл прибутку, який залишається у розпорядженні підприємства, відображає процес визначення пріоритетів стратегії розвитку підприємства.

Удосконалення управління розподілом прибутку торговельних підприємств потребує передусім визначення пропорцій за основними напрямками цього розподілу на основі задоволення економічних інтересів окремих суб'єктів їх господарської діяльності. З цією метою для узагальнення напрямів розподілу прибутку запропоновано ввести у науковий обіг такі поняття: сума чистого прибутку, яка забезпечує в процесі його розподілу економічні інтереси партнерів підприємства з господарської діяльності (їх обґрунтованих фінансових претензій, що мають сплачуватись з прибутку); сума чистого прибутку, що забезпечує в процесі його розподілу економічні інтереси найманих працівників (чистий прибуток, що за передбаченими умовами має бути спрямований на матеріальне стимулювання та соціальний розвиток персоналу) та сума чистого прибутку, що забезпечує в процесі його розподілу економічні інтереси власників (чистий прибуток, що спрямовується на задоволення потреб власників підприємства у поточному періоді та на перспективу).

Таким чином, основними шляхами покращення цільової структури формування та використання прибутку торговельного підприємства є: визначення пріоритетного напрямку використання прибутку – капіталізації коштів, що спричиниться до подальшого розвитку підприємства та покращення фінансових результатів від діяльності підприємства, а також проведення економічної роботи щодо аналізу динаміки та чинників отриманих прибутків у базовому періоді, виявлення резервів, які сприятимуть максимізації прибутку, а також ефективного планування формування, розподілу та використання прибутку на наступні періоди.

Література

1. **Економіка підприємства** : підручник / За заг. ред. С.Ф. Покропивного. Вид. 2-ге, перероб. та доп. – К. : КНЕУ, 2001. – 528 с.
2. **Економічна енциклопедія**: У трьох томах. – Т.2 / За ред. С.В. Мочерний та ін. – К. : Видавничий центр "Академія", 2002. – 952 с.
3. **А.А. Мазаракі та ін.** Економіка торговельного підприємства : підручник [для вузів] / Під ред. проф. Н.М. Ушакової. – К. : Хрещатик, 1999. – 800 с.
4. **Олейнікова Л.Г.** Управління операційним прибутком на прикладі підприємств харчової промисловості : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук. – К. : НУ харчових технологій, 2007. – 23 с.
5. **Отпущеннікова О.М.** Формування механізму управління прибутком підприємства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. – Луганськ : Східноукраїнський НУ ім. В. Даля, 2005. – 22 с.
6. **Субботович Ю.Л.** Прибуток у господарській діяльності підприємницьких структур // Фінанси України. – 1999. – №12. – С. 39-47.
7. **Худа В.В.** Управління прибутком торговельних підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук. – К. : КНТЕУ, 2007. – 24 с.
8. **Шваб Л.І.** Економіка підприємства. – К. : Каравела, 2005. – 568 с.