

Кармінська-Бєлоброва М.В., к.держ.упр.,
Харківський інститут управління,
м. Харків

Механізм управління прибутковістю підприємства

У статті досліджено механізм управління прибутковістю як системи цілеспрямованого впливу засобами управлінських, економічних і організаційних процедур, інструментів і методів на стан підприємства з метою підвищення його здатності генерувати прибуток, забезпечувати ріст та сталий розвиток відповідно до цілей і завдань з використанням можливостей потенціалу прибутковості та урахуванням особливостей впливу нестабільного зовнішнього середовища.

Ключові слова: управління, прибутковість, підприємство, менеджери.

В статье исследован механизм управления доходностью как системы целенаправленного воздействия средствами управленческих, экономических и организационных процедур, инструментов и методов на состояние предприятия с целью повышения его способности генерировать прибыль, обеспечивать рост и устойчивое развитие в соответствии с целями и задачами предприятия с использованием возможностей потенциала доходности и учетом особенностей влияния нестабильной внешней среды.

Ключевые слова: управление, доходность, предприятие, менеджеры.

The paper investigates the mechanism of yield management as a system of targeting resources management, economic and organizational procedures, tools and methods for state enterprises to improve its ability to generate profits, to ensure growth and sustainable development in accordance with the aims and objectives of the enterprise with the possibilities and potential profitability allowing for the effect of the unstable external environment.

Key words: Management, profitability, company managers.

Постановка проблеми. Домінантою економічного росту українських підприємств вважається їх прибуткова діяльність, і саме ці ознаки починають формуватися в національній економіці протягом останніх років. Становлення та розвиток конкурентного середовища на ринку, динамізм факторів оточення підприємств та високий ступінь комерційного ризику, якому традиційно підлягають суб'єкти господарювання, потребує від них ефективного управління прибутком на підприємстві. Як головна рушійна сила ринкової

економіки, прибуток забезпечує інтереси держави, власників та персоналу підприємства.

Практика господарювання підприємств у країнах СНД свідчить, що великий відсоток суб'єктів господарювання виходять з ринку з причини непередбаченого та нерационального управління прибутком, тому одним з актуальних завдань сучасного етапу є оволодіння керівниками та фінансовими менеджерами сучасними методами ефективного управління прибутком у процесі операційної, інвестиційної та фінансової діяльності підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемами управління, формування і використання прибутку підприємства, його прибуткової діяльності в різних аспектах досліджували науковці України і зарубіжжя. Серед них варто назвати Бланка І.О., Воробйова Ю.Н., Ван Хорна Дж., Василика О.Д., Донець Л.І., Ковальова В.В., Покропивного С.Ф. На думку Бланка І.О., прибуток являє собою виражений у грошовій формі чистий дохід підприємця на вкладений капітал, що характеризує його винагороду за ризик здійснення підприємницької діяльності, а управління прибутком – це процес пошуку і прийняття управлінських рішень за всіма основними аспектами його формування, розподілу і використання на підприємстві. Воробйов Ю.Н. визначає прибуток як різницю між валовим доходом і валовими витратами. Покропивний С.Ф. трактує прибуток як частину виручки, яка залишається після відшкодування усіх витрат на виробничу і комерційну діяльність підприємства. Але таке тлумачення обмежується тільки кількісним визначенням категорії і не розкриває його економічної природи [1–7].

Постановка завдання. Дослідити та визначити структуру механізму управління прибутковістю підприємства.

Виклад основного матеріалу. Процес управління прибутковістю підприємства полягає у досягненні такого співвідношення, коли на кожну гривню, що вкладається, припадає більше коштів прибутку, отже, управління прибутковістю тісно пов'язане з управлінням прибутком.

Управління – це сукупність прийомів, форм та методів цілеспрямованого впливу на об'єкт з метою досягнення конкретних цілей та підсумків. Конкретною ціллю в даному разі можна вважати підвищення прибутковості економічної діяльності підприємства.

В свою чергу управління прибутком – це процес розробки та прийняття управлінських рішень за всіма основними аспектами його формування, розподілу та використання на підприємстві.

Як і кожна управлінська система, управління прибутковістю реалізує свою основну мету та завдання шляхом виконання окремих, заздалегідь визначених функцій. До основних функцій управління прибутковістю, характерних для підприємств усіх форм власності та організаційно-правових форм діяльності, належать такі:

- розробка цілеспрямованої комплексної політики управління прибутковістю;
- створення організаційних структур, що забезпечують прийняття та реалізацію управлінських рішень з формування та використання прибутку на різних рівнях;
- формування ефективних інформаційних систем, що забезпечують обґрунтування альтернативних варіантів управлінських рішень;
- аналіз різноманітних аспектів формування та використання прибутку;
- розробка дієвої системи формування прибутку і його ефективного використання;
- ефективний контроль за прийнятими рішеннями у сфері формування та використання прибутку.

Виходячи із функції управління прибутковістю підприємства, можна дійти висновку, що вони напряду залежать від прибутку підприємства, а прибуток, в свою чергу, підлягає впливу цієї значної кількості факторів. Зокрема, на нього безпосередньо впливає якість виробничої та збутової діяльності підприємства.

Управління прибутком являє собою цілеспрямований, систематичний процес підготовки, оцінки, відбору та реалізації альтернативних управлінських рішень з усіх питань його формування, розподілу та використання на конкретному підприємстві. Система управління прибутком може функціонувати тільки за наявності відповідних даних, на основі яких можна: налагодити постійний моніторинг процесу формування прибутку; оцінювати рівень операційного та валового прибутку; аналізувати чинники впливу на обсяг прибутку. Джерелами інформації у даному разі виступають дані маркетингового аналізу, бухгалтерського та управлінського обліку [8].

Стратегічним завданням управління підприємств з урахуванням яких необхідно виконувати розподіл прибутку, є: забезпечення

ефективності ключових напрямів діяльності, додаткового розвитку й отримання максимальної вартості підприємства, виконання реальних можливостей і концентрації потужностей з метою створення потенціалу розвитку та створення стійкого потенціалу розвитку в різних сценаріях змін [9].

Управління розподілом та використанням прибутку доцільно здійснювати поетапно:

1. Формування інформаційної бази для аналізу ефективності використання прибутку підприємством;
2. Ретроспективний аналіз використання прибутку підприємства;
3. Дослідження внутрішніх та зовнішніх чинників, що впливають на ефективність використання прибутку підприємства;
4. Визначення напрямів розподілу прибутку на поточний період з урахуванням стратегічних і тактичних цілей підприємства;
5. Розроблення системи управлінських рішень із забезпечення повного та ефективного використання розподіленого прибутку;
6. Забезпечення контролю за виконанням управлінських рішень щодо розподілу та використання прибутку підприємства;
7. Корегування окремих управлінських рішень щодо розподілу та використання прибутку та результати здійсненого контролю з урахуванням стратегії розвитку підприємства [10].

Розроблення стратегії управління прибутковістю передбачає визначення цільової суми прибутку підприємства, обсягу товарообігу, розроблення асортиментної та цінової політики, управління валовим доходом і поточними витратами, а також прийняття стратегічного плану досягнення цільового прибутку та забезпечення контролю за його реалізацією.

Фактори, які безпосередньо впливають на обсяг реалізації і в такий спосіб на прибуток підприємства, можна умовно підрозділити на три групи:

1. Виробничі фактори пов'язані з обсягом виробництва, його ритмічністю, матеріальною, науково-технічною й організаційно-технічною оснащеністю і, відповідно, з якістю продукції, її асортиментом та структурою тощо.

2. Комерційні фактори охоплюють у широкому значенні поняття маркетингу: укладання господарських договорів на основі вивчення діючої й перспективної кон'юнктури ринку, цінове регулювання збуту, його організаційно-економічне забезпечення. Надійність прогнозу комерційних факторів спирається, з одного боку, на

страхування ризиків (в основному, ризиків втрати майна, зриву поставок, віддалення або відмови від платежу), з іншого боку – на залучення надійних платоспроможних клієнтів (замовників, покупців), що вимагає певних позавиробничих витрат (представницьких, на рекламу й ін.).

3. Фінансові фактори, що охоплюють і виторг від реалізації продукції (послуг), і підприємницький дохід від усіх видів діяльності, включають: форми розрахунків; цінове регулювання, у тому числі уцінку в разі уповільнення реалізації; застосування штрафних санкцій; вивчення й стягнення дебіторської заборгованості, а також забезпечення ліквідності інших активів; залучення кредиту банку або коштів із централізованих резервів; стимулювання залучення грошових ресурсів на фінансових ринках: доходів від цінних паперів, внесків, депозитів, оренди й інших фінансових вкладень. При цьому чим швидше і повніше надходження доходів, тим ефективніше вся діяльність.

Управління прибутковістю є важливою частиною економіки господарюючого суб'єкта. Розподіл прибутку – це зворотній бік процесу виробництва. Наскільки вдалим буде цей процес, настільки за незмінних умов зростатиме ефективність виробництва. Процес управління прибутком підприємств колективної форми власності, складовою частиною якого є дивідендна політика, передбачає вибір оптимальної системи розподілу, яка б задовольняла загальновиробничі інтереси підприємства у поєднанні з інтересами співвласників, причому ці інтереси є специфічними залежно від організаційно-правової форми колективної власності.

Отже, управління прибутковістю – це надзвичайно розгалужена та складна система. Вона потребує аналізу діяльності підприємства на всіх рівнях, різних аспектів фінансової та господарської діяльності. Рівень прибутковості підприємств цікавить широке коло користувачів інформації, зокрема:

- власників;
- менеджерів;
- контрагентів;
- фінансові установи;
- страхові компанії;
- державу.

Досягнення якісного результату з управління в будь-якому напрямку неможливе без формування цілісного механізму управління.

Ефективність функціонування даної системи залежить від своєчасного забезпечення достовірною, повною та неупередженою інформацією [11]. Інформаційне поле системи управління прибутком складається з відповідних показників операційної, інвестиційної, фінансової діяльності та надзвичайних подій, які використовуються для аналізу, планування та прийняття управлінських рішень. Система таких показників буде залежати від організаційно-правової форми, галузевих особливостей діяльності, масштабів, ступеня диверсифікації діяльності підприємства.

Механізм управління прибутковістю – система цілеспрямованого впливу засобами управлінських, економічних і організаційних процедур, інструментів і методів на стан підприємства з метою підвищення його здатності генерувати прибуток, здійснювати рентабельну діяльність, забезпечувати ріст та сталий розвиток відповідно до цілей і завдань підприємства з використанням можливостей потенціалу прибутковості та урахуванням особливостей впливу нестабільного зовнішнього середовища.

Механізм управління формуванням прибутку від реалізації товарів (робіт, послуг) будується на тісному взаємозв'язку цього показника з показниками обсягу товарообороту, доходів і витрат обігу машинобудівного підприємства. Система взаємозв'язку дає змогу виявити роль окремих факторів, які впливають на формування прибутку від реалізації товарів (робіт, послуг) та забезпечити ефективне управління цим процесом. Стратегія управління підприємством пов'язана з визначенням головної мети його функціонування. Найчастіше ця головна мета формулюється як досягнення певного рівня рентабельності на вкладений капітал і, відповідно, одержання певної маси чистого прибутку.

Структура механізму управління прибутковістю подана на рис. 1

Виділення блоків та елементів, на рис.1 здійснено відповідно до функцій управління шляхом їх трансформації для реалізації змісту і призначення згадуваного механізму. Його особливістю є орієнтація на стратегічну концепцію, цілі та місію підприємства, де «Оптимізаційний блок» є тією складовою, яка долучає інструменти глибинного розкриття не лише суб'єктивних, а й об'єктивних основ та природи прибутковості підприємства й посилює важелі стратегічного впливу на неї.

У відсутності якраз такої складової механізму управління прибутковістю, як оптимізаційні заходи, що орієнтуються на

стратегію розвитку підприємства, криється на сьогодні основна проблема управління прибутковістю, яка потребує розв'язання, особливо для збиткових підприємств.

Це зумовлено тим, що підприємства намагаються реалізувати зміну у короткостроковій перспективі, в той час, як на стратегічному плануванні мало хто концентрує увагу. Проте без орієнтації на перспективний розвиток жодне підприємство не може функціонувати ефективно тривалий час.

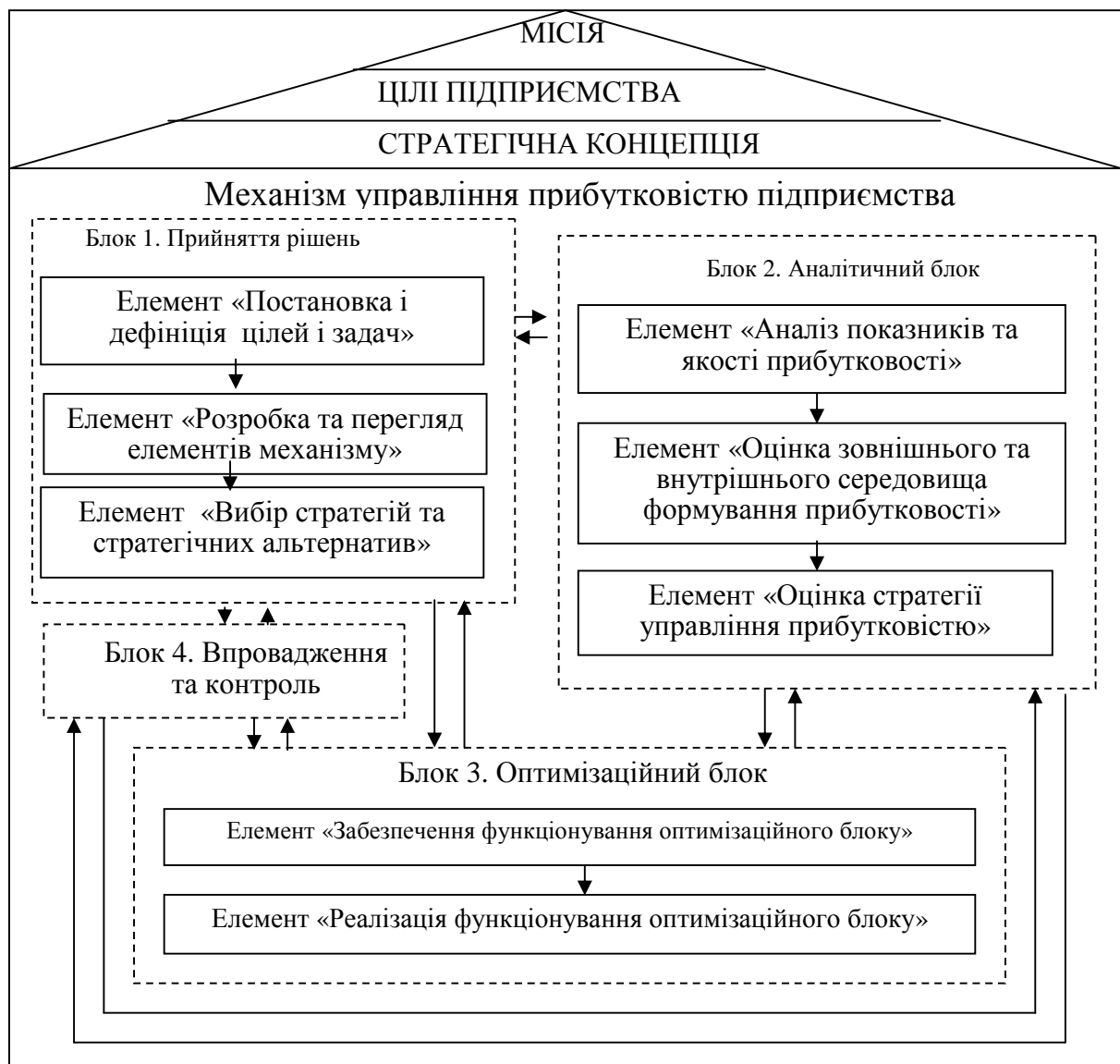


Рис. 1. Механізм управління прибутковістю підприємства

Саме розробка способу виявлення не лише фактичного, але й об'єктивно можливого стану прибутковості підприємства, вироблення підходу до формулювання мети механізму управління прибутковістю підприємства, вибір методів визначення його оптимальних параметрів та стратегії забезпечення його досягнення

становить основу новизни змісту розробленого нами механізму управління прибутковістю підприємства. Така спрямованість приводить, найперше, до потреби формування науково аргументованого методологічного інструментарію обґрунтування і реалізації механізму управління прибутковістю підприємства, який включає відповідні алгоритми, матриці і моделі та інші засоби наукового і практичного пізнання.

Висновки і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Отже, можна зазначити, що прибутковість підприємства можна охарактеризувати завдяки набору показників, як абсолютних, так і відносних. Лише після комплексного аналізу цих показників можна зробити висновки щодо реального стану справ підприємства та забезпечення певного рівня результативності його діяльності і розробити основні рекомендації щодо подальшого її поліпшення.

Механізм управління прибутковістю економічної діяльності підприємства дуже складний і багатогранний. Тільки за умов правильного та ефективного управління всіма його важелями можна досягти фінансового та соціального благополуччя на підприємстві.

Список використаних джерел

1. Бланк А.І. Управління прибутком підприємства / А.І. Бланк. – М. : Фінанси й статистика, 2005. – 456 с.
2. Воробьев Ю.Н. Финансовый менеджмент: учеб. пособ. / Ю.Н. Воробьев. – Симферополь: Таврия, 2007. – 632 с.
3. Ван Хорн Дж.К. Основы финансового менеджмента / Дж.К. Ван Хорн // [11-е издание]. – М. : Вильямс, 2009. – 992 с.
4. Василик О.Д. Державні фінанси України : підручник / О.Д. Василик. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 608 с.
5. Донець Л.І. Управління формуванням прибутку підприємства в умовах ринкових форм господарювання : монографія / Л.І. Донець, С.М. Баранцева. – Донецьк : ДонНУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2009. – 255 с.
6. Ковалев В.В. Финансовый менеджмент: теория и практика / В.В. Ковалев. – [2-е изд., перераб. и доп.]. – М. : ТК Велби, Изд-во проспект, 2008. – 1024 с.
7. Покропивний С.Ф. Економіка підприємства : навчальний посібник / С.Ф. Покропивний. – Київ, 2007 г. – 293 с.
8. Удосконалення управління прибутком на підприємстві [Електронний ресурс] / В.І. Куцик, В.О. Бовсуновська. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/Portal/Soc_Gum/Torg/2009_10/04.pdf
9. Планування прибутку підприємства при визначенні стратегії його розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/nvntu/17_4/163_Blonska_17_4.pdf

10. Вдосконалення формування та використання прибутку підприємства [Електронний ресурс] / В.І. Блонська. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnltnu/18_1/18_1_Blonska_2.pdf

11. Зінченко Т.В. Управління прибутком і рентабельністю підприємства в умовах ринкової економіки / Т.В. Зінченко // Вісті ДВ. – 2009. – № 7. – 57–62 с.