



ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЗБІЛЬШЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

І. С. Вода

*Донбаська національна академія будівництва і архітектури,
2, вул. Державіна, м. Макіївка, Донецька обл., Україна, 86123.*

E-mail: voda-irina@mail.ru

Отримана 21 квітня 2015; прийнята 26 червня 2015.

Анотація. У статті розглянуто теоретико-методичні аспекти формування стратегії збільшення прибутковості підприємства за рахунок впровадження процесу стратегічного управління, формування ефективної фінансової стратегії підприємства. Стратегія збільшення прибутковості визначає найкращу спрямованість фінансової діяльності, націлює на економію всіх видів витрат, на мобілізацію капіталу для підтримування виробничих, дослідницьких, маркетингових та інших стратегій, на максимальне підвищення вартості підприємства. Основними джерелами резервів зниження собівартості продукції є: збільшення обсягу її виробництва за рахунок більш повного використання виробничих потужностей підприємства; скорочення витрат на її виробництво за рахунок підвищення рівня продуктивності праці; раціонального використання сировини, матеріалів тощо. Таким чином, формування ефективної стратегії збільшення прибутковості підприємства необхідно впроваджувати за рахунок комплексного підходу, враховуючи стратегічну мету і цілі діяльності підприємства, ключові фактори успіху і перспективи стратегічного напрямку.

Ключові слова: стратегія, прибутковість, рентабельність, економічність, ефективність, розвиток, планування, витрати, оцінка, аналіз.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ УВЕЛИЧЕНИЯ ПРИБЫЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

И. С. Вода

*Донбасская национальная академия строительства и архитектуры,
2, ул. Державина, г. Макеевка, Донецкая обл., Украина, 86123.*

E-mail: voda-irina@mail.ru

Получена 21 апреля 2015; принята 26 июня 2015.

Аннотация. В статье рассмотрены теоретико-методические аспекты формирования стратегии увеличения прибыльности предприятия за счет внедрения процесса стратегического управления, формирования эффективной финансовой стратегии предприятия. Стратегия увеличения прибыльности определяет направление финансовой деятельности, нацеливает на экономию всех видов расходов, на мобилизацию капитала для поддержки производственных, исследовательских, маркетинговых и других стратегий, на максимальное повышение стоимости предприятия. Основными источниками резервов снижения себестоимости продукции является: увеличение объема производства за счет более полного использования производственных мощностей предприятия; сокращение затрат на производство продукции за счет повышения уровня производительности труда; рациональное использование сырья, материалов и др. Таким образом, формирование эффективной стратегии увеличения прибыльности предприятия необходимо осуществлять за счет комплексного подхода, учитывая стратегическую цель деятельности предприятия, ключевые факторы успеха и перспективы стратегического направления.

Ключевые слова: стратегия, прибыльность, рентабельность, экономичность, эффективность, развитие, планирование, затраты, оценка, анализ.

THEORETIC-METHODOLOGICAL ASPECTS OF DEVELOPMENT OF STRATEGY OF EARNING POWER INCREASE

Irina Voda

*Donbas National Academy of Civil Engineering and Architecture,
2, Derzhavina Str., Makiyivka, Donetsk Region, Ukraine, 86123.*

E-mail: voda-irina@mail.ru

Received 21 April 2015; accepted 26 June 2015.

Abstract. The article deals with the theoretical and methodological aspects of formation of a strategy to increase the profitability of the company through the introduction of the strategic management process, the formation of an effective financial strategy. The strategy determines the direction of increasing the profitability of financial activities, aims at saving all kinds of expenses, to mobilize capital to support the production, research, marketing and other strategies to maximize the value of the enterprise. The main sources of reserves to reduce the cost of production are: the increase in production due to better capacity utilization of the enterprise; reduction of production costs by improving productivity; rational use of raw materials. Thus, the formation of an effective strategy to increase the profitability of the enterprise should be implemented through an integrated approach, taking into account the strategic objective of the company, key success factors and prospects of strategic direction.

Keywords: strategy, revenue, profitability, efficiency, performance, development, planning, expenses, estimation, analyzing.

В умовах ринкових відносин підприємство має прагнути до одержання максимального прибутку, тобто до такого його рівня, що дозволяв би підприємству не тільки міцно утримувати позиції на ринку збуту продукції, але і забезпечувати динамічний розвиток та відтворення в умовах конкуренції. Саме ці прагнення мають бути викладені та обґрунтовані в положеннях стратегії збільшення прибутковості підприємства.

Постановка проблеми

В умовах стрімкого розвитку ринкової економіки місце і роль прибутку у господарському процесі безперервно зростає. Саме прибуток є головним стимулом ведення господарської діяльності підприємствами і забезпечує інтереси всіх суб'єктів, причетних до цієї діяльності, а саме: підприємців, персоналу підприємства та держави. Прибуток виступає не тільки стимулом господарської діяльності підприємств, але й основним джерелом розвитку їхньої діяльності. Таким чином, великої значущості набуває необхідність розробки стратегії збільшення прибутковості підприємства.

Аналіз досліджень і публікацій

Теоретичну та методологічну базу дослідження формування стратегії в економічному розвитку підприємства розроблено такими вченими, як А. Чандлер, А. А. Томпсон та А. Дж. Стрікленд, А. П. Наливайко, В. Д. Немцов, Л. Є. Довгань та інші [1–15].

Формулювання цілей статті

Метою даного дослідження є висвітлення теоретико-методичних аспектів та обґрунтування особливостей стратегії збільшення прибутковості підприємства за рахунок впровадження процесу стратегічного управління, формування ефективної фінансової стратегії підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження

Кожен суб'єкт підприємницької діяльності визначає загальну філософію розвитку, тобто свою генеральну стратегію, акцентує увагу на сферах вкладення капіталу, географічному їх розміщенні, необхідності освоєння нових ринків, перспективі розвитку виробництва та ефективної прибутковості.

Кінцевою метою діяльності підприємства в ринкових умовах є отримання прибутку. Тому дуже важливо під час стратегічного планування врахувати усі фактори й аспекти подальшого розвитку для повного і обґрунтованого визначення величини прибутку та забезпечення певного рівня прибутковості.

Процес стратегічного управління складається з кількох взаємопов'язаних етапів, які подано на рисунку 1.

Важливо відзначити, що правильно сформульована місія має реальну цінність для діяльності підприємства, оскільки: формує погляди вищого керівництва щодо довгострокових планів підприємства; знижує ризик недалекогоглядного управління та прийняття необґрунтованих рішень; виражає цілі організації та служить для працівників стимулом до сумлінного виконання роботи; допомагає менеджерам середньої ланки сформулювати завдання, цілі та прагнення відділу, поєднувати основну політику відділів із політикою й напрямом розвитку усієї компанії; полегшує підготовку підприємства до майбутньої діяльності.

Після сформованої місії та цілей підприємства переходять до аналізу зовнішнього середовища з метою виявлення сильних та слабких сторін в його діяльності [5].

Для розробки адекватної стратегії особливого значення набуває ефективно проведений фінансовий аналіз діяльності підприємства, результати якого використовуються для прийняття управлінських рішень щодо попередження збитковості і забезпечення розвитку підприємства. Фінансовий аналіз є ланкою, яка поєднує розробку управлінських рішень і діяль-

ність підприємства. Саме за допомогою фінансового аналізу можна визначити величину і динаміку фінансових ресурсів, здатність підприємства виконувати свої зобов'язання, виплачувати дивіденди, здійснювати інвестиції в основні засоби, покривати поточні фінансові потреби, тобто можна проаналізувати ефективність грошових потоків, де б доходи перевищували витрати не лише в поточному періоді, а й у майбутньому.

Систематизація та аналіз отриманих даних дасть змогу визначити сукупність альтернатив, варіантів досягнення поставлених цілей. З метою вибору генеральної стратегії здійснюється аналіз стратегічних альтернатив, аналізуючи їх через різні обмеження (ресурсні, юридичні, соціальні, морально-етичні та інші). Формування й реалізація генеральної стратегії базується на взаємозв'язку інших видів стратегій (рис. 2).

Формування виробничої стратегії дуже тісно переплітається із виробничою функцією. Тобто, виробнича функція є основою або передумовою формування виробничої стратегії. Нерозривно пов'язаною з генеральною стратегією виступає фінансова стратегія. Під фінансовою стратегією слід розуміти формування системи довгострокових цілей фінансово-господарської діяльності і вибір найефективніших шляхів їх досягнення, зважаючи на тенденції розвитку фінансового ринку. Процес формування фінансової стратегії підприємства проходить наступні етапи (рис. 3).

Визначення загального періоду формування фінансової стратегії залежить від багатьох умов. Головною умовою його визначення є тривалість періоду, який прийнято для формування

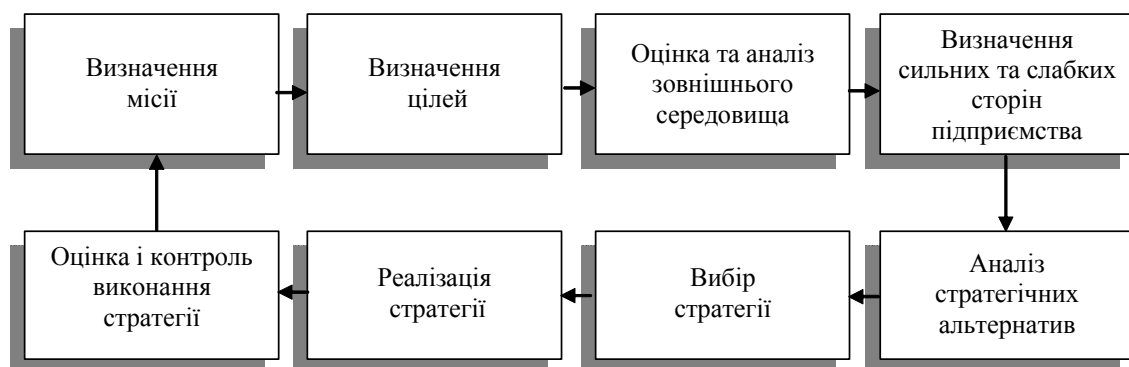


Рисунок 1. Етапи процесу стратегічного управління.

загальної стратегії розвитку підприємства – оскільки фінансова стратегія має підпорядкований характер щодо генеральної стратегії, вона не може виходити за межі цього періоду (більш короткий період формування фінансової стратегії допускається) [6].

Важливою умовою при визначенні періоду формування фінансової стратегії підприємства

є можливість передбачити розвиток економіки в цілому, а кон'юнктура тих сегментів фінансового ринку, з якими пов'язана майбутня фінансова діяльність підприємства, в умовах нинішньої нестабільності розвитку економіки країни не може бути довгою, у середньому в межах трьох років. Умовами визначення періоду формування фінансової стратегії є також галузева

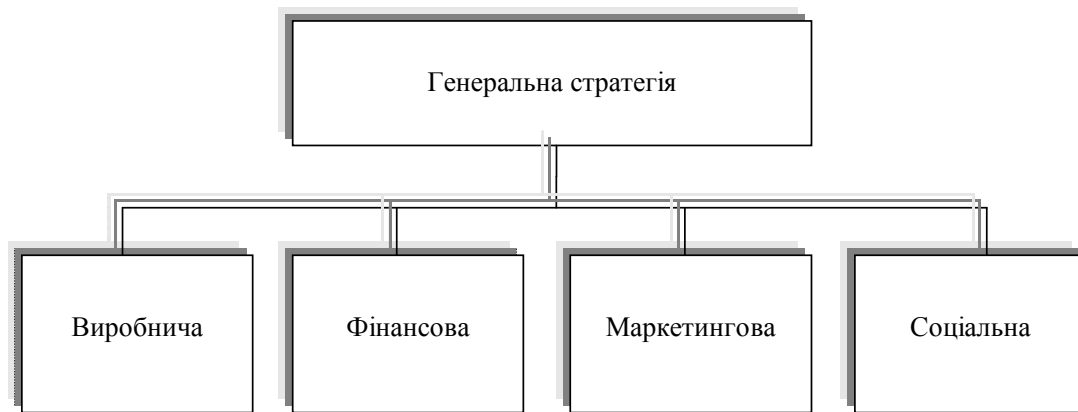


Рисунок 2. Взаємозв'язок стратегій підприємства.



Рисунок 3. Основні етапи процесу формування фінансової стратегії підприємства.

належність підприємства, його розмір, стадії життєвого циклу тощо.

Систему стратегічних цілей прибутковості підприємства слід формувати чітко й коротко, відображаючи кожну з цілей у конкретних показниках – цільових стратегічних нормативах. У ролі таких стратегічних нормативів з окремих аспектів фінансової діяльності підприємства можуть бути:

- середньорічний темп зростання власних фінансових ресурсів, які формуються з власних джерел;
- мінімальна вартість власного капіталу в загальному обсязі використаного капіталу підприємства;
- коефіцієнт рентабельності власного капіталу підприємства;
- співвідношення оборотних та необоротних активів підприємства;
- мінімальний обсяг грошових активів, що забезпечить поточну платоспроможність підприємства;
- мінімальний рівень самофінансування інвестицій;
- допустимий рівень фінансових ризиків у розрізі основних напрямків господарської діяльності підприємства [7, с. 30–32].

Соціальна стратегія підприємства – генеральна лінія, що охоплює систему заходів у галузі соціального розвитку колективу й охорони навколишнього середовища як компонентів системи менеджменту. Соціальна стратегія спрямована на досягнення цілей у галузі створення нормальних умов праці та відпочинку працівників, гарантування безпеки на виробництві, в дорозі і побуту, задоволення й розвитку потреб працівників, зміцнення їхнього здоров'я, збереження екосистеми.

До інфраструктури підприємства входить загальний менеджмент, планування, контроль якості, бухгалтерський облік, формування фінансової стратегії. Фінансова стратегія визначає найоптимальніші варіанти формування, розподілу та використання ресурсів на підприємстві.

Після того, як стратегія подальшого розвитку підприємства остаточно вибрана, вона має бути перетворена в конкретний оперативний план по маркетингу, виробництву, інвестиціях, прибутку.

Стратегія збільшення прибутковості визначає найкращу спрямованість фінансової діяльності, націлює на економію всіх видів витрат, на мобілізацію капіталу для підтримки виробничих, дослідницьких, маркетингових та інших стратегій, на максимальне підвищення вартості підприємства.

Основною метою діяльності підприємства є збільшення прибутку (доходу). Загалом зростання прибутку може здійснюватися за такими основними напрямками: зростання цін, зниження виробничих витрат, удосконалення структури кінцевих продуктів, підвищення вартості кінцевих продуктів. Однак кожен з цих напрямів має безпосередній зв'язок з формуванням та функціонуванням виробничих витрат і зводиться до таких методів підвищення прибутковості виробництва крізь призму виробничих витрат:

1. Збільшення прибутку за рахунок незмінних постійних витрат. У цьому випадку можливі два шляхи. По-перше, підвищення прибутку за рахунок поліпшення організації господарства, зокрема шляхом упровадження нових організаційних форм господарювання, вдосконалення маркетингу, впровадження досягнень науково-технічного прогресу та інші [10, с. 50–60]. По-друге, зростання прибутку можна досягти за рахунок реструктуризації виробництва, нарощування прибуткових галузей та видів продукції за відповідного скорочення менш прибуткових.
2. Підвищення прибутку за рахунок розширення виробництва прибуткових галузей і видів продукції, впровадження нових технологій, підвищення якості продукції тощо.
3. Зростання рівня рентабельності господарювання за умови скорочення постійних витрат та незмінної суми прибутку. Досягти скорочення постійних витрат за незмінної абсолютної суми прибутку можна завдяки їх перегрупованню за видами продукції, відповідно скоротивши й розширивши виробництво певних видів продукції.
4. Підвищення рівня рентабельності господарювання за рахунок зниження постійних витрат та абсолютної суми прибутку. Такий процес може відбуватися за умови, що темпи зниження постійних витрат перевищують темпи скорочення абсолютної суми прибутку.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

1. Процес стратегічного управління складається з кількох взаємопов'язаних етапів: визначення місії, визначення цілей, оцінка зовнішнього середовища, визначення сильних та слабких сторін, аналіз стратегічних альтернатив, вибір стратегії, реалізація стратегії та оцінка і контроль виконання стратегії.
2. Формування й реалізація генеральної стратегії базується на взаємозв'язку інших видів стратегій: виробничої, фінансової, маркетингової та соціальної.
3. Найвідповідальнішим у формуванні фінансової стратегії підприємства є розроблення фінансової політики, яка є формою реалізації фінансової ідеології і фінансової стратегії підприємства в розрізі найважливіших аспектів фінансової діяльності на окремих етапах її реалізації.
4. Загалом зростання прибутку може здійснюватися за такими основними напрямками: зростання цін, зниження виробничих витрат,

удосконалення структури кінцевих продуктів, підвищення вартості кінцевих продуктів.

5. Отже, на підвищення прибутковості підприємства та збільшення ресурсів впливає ряд визначених зовнішніх та внутрішніх чинників.
6. Шляхами підвищення прибутковості підприємств є зниження собівартості продукції, збільшення обсягів виробництва, підвищення якості продукції.
7. Основними джерелами резервів зниження собівартості продукції є: збільшення обсягу її виробництва за рахунок більш повного використання виробничих потужностей підприємства; скорочення витрат на її виробництво за рахунок підвищення рівня продуктивності праці; раціонального використання сировини, матеріалів тощо.

Подальших досліджень потребує питання щодо розробки стратегії збільшення прибутковості підприємства з метою підвищення вартості активів підприємства та суб'єкта господарювання в цілому.

Література

1. Chandler, Alfred D., Jr. Strategy and Structure [Текст] : Chapters in the History of the American Industrial Enterprise / Jr. Alfred D. Chandler. – Cambridge : The MIT Press, 1962. – 480 p. – ISBN 0-262-53229-0.
2. Thompson, Arthur A. Strategic management [Текст] : concepts and cases / A. A. Thompson, I. A. Strickland. – 6th ed. – [Б. м.] : Irwin, Inc., 1992. – 1117 p. – ISBN 0256096988.
3. Наливайко, А. П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку [Текст] : [монографія] / А. П. Наливайко. – К. : КНЕУ, 2001. – 227 с.
4. Нємцов, В. Д. Стратегічний менеджмент [Текст] : навч. посібник / В. Д. Нємцов, Л. Є. Довгань. – К. : ЕксОб, 2001. – 544 с.
5. Шмиголь, Н. М. Методи управління прямими і непрямими доходами підприємства в умовах конкуренції [Текст] / Н. М. Шмиголь // Економіка: проблеми теорії та практики. 2010. Вип. 226. С. 1524–1529.
6. Карпенко, Г. Шляхи удосконалення фінансового стану підприємств [Текст] / Г. Карпенко // Економіка та держава. 2008. № 12. С. 40–42.
7. Захарченко, В. О. Систематизація методів оцінки фінансового стану підприємства [Текст] / В. О. Захарченко, С. І. Счасна // Фінанси України. 2005. № 1. С. 30–32.

References

1. Chandler, Alfred D., Jr. Strategy and Structure: Chapters in the History of the American Industrial Enterprise. Cambridge: The MIT Press, 1962. 480 p. ISBN 0-262-53229-0.
2. Thompson, Arthur A.; Strickland, I. A. Strategic management: concepts and cases. 6th ed. [S. l.]: Irwin, Inc., 1992. 1117 p. ISBN 0256096988.
3. Nalyvayko, A. P. The theory of business strategy. Current status and development trends. Monograph. Kyiv: KNEU, 2001. 227 p. (in Ukrainian)
4. Nemtsov, V. D.; Dovgan, L. E. Strategic Management. Textbook. Kyiv: EksOb, 2001. 544 p. (in Ukrainian)
5. Shmyhol, N. M. Methods for managing direct and indirect loss of business profits in a competitive environment. In: *Economy: the problems of theory and practice*, 2010, Issue 226, pp. 1524–1529. (in Ukrainian)
6. Karpenko, G. Ways of improving the financial situation of enterprises. In: *Economy and state*, 2008, No. 12, pp. 40–42. (in Ukrainian)
7. Zaharchenko, V. O.; Schasna, S. I. Organizing methods for assessing the financial condition of the company. In: *Financial Accounting of Ukraine*, 2005, No. 1, pp. 30–32. (in Ukrainian)
8. Obushchak, T. A. The essence of the financial condition of the company. In: *Current problems of economy*, 2007, No. 9, pp. 232–236. (in Ukrainian)

8. Обущак, Т. А. Сутність фінансового стану підприємства [Текст] / Т. А. Обущак // Актуальні проблеми економіки. 2007. № 9. С. 232–236.
9. Корінев, В. Л. Дослідження впливу ціни на прибутковість діяльності підприємства [Текст] / В. Л. Корінев // Актуальні проблеми економіки. 2009. № 2. С. 92–98.
10. Савчук, В. Вплив інфляції на оцінку показників прибутковості підприємства [Текст] / В. Савчук // Фінанси України. 2012. № 1. С. 50–60.
11. Слав'юк, Р. А. Фінанси підприємств [Текст] : Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Р. А. Слав'юк. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 460 с.
12. Тамошина, Г. И. Прибыль, формирование, распределение, налогообложение [Текст] / Г. И. Тамошина, Е. П. Смольянова. – Воронеж : Центр. чернозем. книжн. изд-во, 2010. – 153 с.
13. Тиравська, Галина. Як проаналізувати показники прибутковості (рентабельності) [Текст] / Галина Тиравська // Податкове планування. 2010. № 1. С. 42–44.
14. Янок, Д. А. Економічний зміст фінансових результатів діяльності підприємств [Текст] / Д. А. Янок // Економіка АПК. 2009. № 11. С. 91–95.
15. Шеремет, А. Д. Финансы предприятий [Текст] / А. Д. Шеремет, Р. С. Сайфулин. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 343 с.
9. Korinev, V. L. Study the impact of prices on profitability company. In: *Current problem of economy*, 2009, No. 2, pp. 92–98. (in Ukrainian)
10. Savchuk, V. Effect of inflation on the assessment of profitability company. In: *Financial Accounting of Ukraine*, 2012, No. 1, pp. 50–60. (in Ukrainian)
11. Slaviuk, R. A. Finance Companies. Textbook. Kyiv: The centre of educational materials, 2004. 460 p. (in Ukrainian)
12. Tamoshyna, G. I.; Smolianova, E. P. Revenue, formation, distribution, taxation. Voronezh: The centre of chernozemic book house, 2010. 153 p. (in Russian)
13. Tyravaska, G. How to analyze profitability (return). In: *Tax planning*, 2010, No. 1, pp. 42–44. (in Ukrainian)
14. Yanok, D. A. The economic content of financial performance enterprises. In: *APC economy*, 2009, No. 11, pp. 91–95. (in Ukrainian)
15. Sheremet, A. D.; Saifulin, R. S. Finance of enterprises. Moscow: INFRA-M, 2009. 343 p. (in Russian)

Вода Ірина Сергіївна – к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства Донбаської національної академії будівництва і архітектури. Наукові інтереси: тарифоутворення і цінова політика підприємств міського господарства.

Вода Ирина Сергеевна – к.э.н., доцент кафедры экономики предприятия Донбасской национальной академии строительства и архитектуры. Научные интересы: тарифообразование и ценовая политика предприятий городского хозяйства.

Voda Irina – Ph.D. (Economics), Associate Professor; Economics of Enterprise Department, Donbas National Academy of Civil Engineering and Architecture. Scientific interests: tariff and price policy of urban economy.