

УДК 65.012.32

Гадчак Н.В., Жукевич С.М.

Тернопільський національний економічний університет

СУТНІСТЬ ТА РОЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

© Гадчак Н.В., Жукевич С.М.

В статті розглядаються питання суті та ролі стратегічного управління прибутком торговельного підприємства.

Ключові слова: прибуток, стратегічне управління, торгівля.

In this article the author reviews the main questions related to the meanings and roles of the trading company profit management.

Key words: profit, strategic management, trading.

В статье рассматриваются вопросы сути и роли стратегического управления прибылью торгового предприятия.

Ключевые слова: прибыль, стратегическое управление, торговля.

Актуальність теми. Ключовим фактором досягнення підприємством стійкої конкурентної переваги є розробка і реалізація дієвої стратегії управління прибутком на основі загальної стратегічної орієнтації підприємства, що потребує комплексного впровадження відповідних традиційних і сучасних методів та інструментів

Проблемами оцінки та управління прибутком торговельного підприємства займалися як вітчизняні, так і зарубіжні вчені: Г.Аніськова, А. Бабо, Л. В. Балабанова, І.А. Бланк, Р.П.Валевич, Н.О.Власова, Г.А.Давидова, В.Б. Кемтер, Л.О. Лігоненко, А.А. Мазаракі, Л.О.Омелянович, О.В.Пігунова, А.А.Садєков, А.Дж Стрікленд, А.А. Томпсон, Н.Н.Треньов, Н.М. Ушакова, Л.В. Фролова, Т.В.Футало, Л.О.Чорна, В.Ф. Юров та інші. Однак розробці комплексного підходу до стратегічного управління прибутком торговельних підприємств з урахуванням специфіки їхньої діяльності належної уваги дотепер не приділялося.

Перехід України до ринкової економіки сприяє посиленню конкурентної боротьби торговельних підприємств на ринку товарів та послуг. Одним із засобів посилення конкурентних переваг

торговельного підприємства є зміцнення його положення на ринку і підвищення ефективності господарської діяльності, головним показником якої є прибуток. Якщо дану тезу прийняти за вихідну, то можна зробити умовивід про те, що однією з головних проблем торговельного підприємства на сучасному етапі соціально-економічного розвитку країни є збільшення обсягів реалізації товарів і надання послуг, а також одержання прибутку, необхідного для його розвитку.

На сьогодні серед вітчизняних учених-економістів існує три різні точки зору на визначення прибутку. Першій групі економістів притаманна думка про те, що прибуток – це та частка, що залишається підприємству після відшкодування усіх витрат, пов'язаних з виробництвом, реалізацією продукції та іншими видами діяльності.

Ряд авторів розглядають прибуток, як економічну категорію, що являє собою грошове вираження вартості реалізованого чистого доходу, основну форму грошових накопичень суб'єктів, що господарюють.

Інші вважають, що прибуток доцільно розглядати як з позиції його економічного змісту, так і як економічну категорію. З точки зору економічної сутності він представляє собою чистий прибуток, створений у сфері матеріального виробництва в процесі підприємницької діяльності. Як економічна категорія - відображає сукупність відношень суб'єктів господарювання, які беруть участь у формуванні і розподілі національного доходу.

Різні підходи частково збігаються, але при цьому кожен із них розкриває певну сторону цієї складної і багатогранної категорії. Крім того, більшість сучасних економістів приділяють увагу, перш за все, способам оцінки величини прибутку, не поглиблюючись у зміст цього показника. Одночасно дослідники єдині в думці про те, що прибуток є орієнтиром і результатом підприємницької діяльності.

Прибуток як об'єкт оподаткування визначається за даними спеціального податкового обліку, що не збігається з бухгалтерським обліком прибутку. Так у класичному розумінні прибуток являє собою різницю між ціною товару і витратами на виробництво товару – його собівартістю. Саме таке розуміння прибутку закладене у всіх законодавчих актах України, крім

законодавства про оподаткування прибутку.

Прибуток у ринковій економіці виступає цільовим орієнтиром підприємницької діяльності, оскільки є фінансовою основою її подальшого розвитку. У цьому значенні прибуток одночасно є метою й умовою підприємницької діяльності.

На нашу думку, прибуток торговельного підприємства слід розглядати не тільки як кінцевий фінансовий результат комерційної діяльності і показник ефективності торговельного підприємства, а й як основну стратегічну його мету, стимул до подальшого розвитку через грошові накопичення.

Стратегія управління торговельним підприємством пов'язана з визначенням головної мети його функціонування, яка найчастіше формулюється як забезпечення конкурентноздатності та визначається його позицією на ринку, фінансовою стійкістю і ступенем задоволення економічних інтересів власників майна підприємства. Кількісне досягнення стратегічної мети діяльності залежить від обсягу прибутку, який пов'язаний з розміром і рівнем інших результативних показників діяльності і створює певну базу для розвитку торговельного підприємства.

Отже, управління прибутком торговельного підприємства набуває усе більшого значення, оскільки саме в прибутку концентрується ефект усієї господарської діяльності торгового підприємства. Крім того, прибуток є основним власним фінансовим джерелом, що забезпечує розвиток торгового підприємства на принципах самофінансування.

Стратегічне управління прибутком розглядається як процес: - формування та прийняття управлінських рішень щодо основних аспектів його формування, розподілу і використання на торговельному підприємстві [1; 2]; - розробки стратегічного плану досягнення цільового прибутку на основі управління доходами та витратами торговельного підприємства, які обумовлюються обсягами його діяльності, а також асортиментною, ціновою політикою і ресурсним забезпеченням товарообороту [3; 4].

Найбільш повно економічна сутність прибутку торговельного підприємства виявляється через виконувані ним функції. В економічній літературі різні автори виділяють різну кількість функцій прибутку. До основних функцій прибутку відносять розподільчу, стимулюючу та показник ефективності діяльності

торговельного підприємства [5].

Таким чином, перша функція прибутку зв'язана з тим, що основним моментом здійснення підприємницької діяльності, її кінцевою метою є підвищення добробуту власників підприємства. Характеристикою цього росту виступає розмір доходу на вкладений капітал, джерелом якого є одержуваний прибуток. Для інших працівників підприємства прибуток також служить спонукальним мотивом діяльності, тому що він забезпечує додаткову матеріальну винагороду за працю і задовольняє ряд соціальних потреб, тобто є основним мірилом успіху їх діяльності, а також виступає гарантом їх зайнятості (при інших рівних умовах).

Друга функція прибутку зв'язана з визначенням економічної ефективності, що характеризує якість торгово-господарської діяльності підприємства за допомогою співвідношення кінцевих результатів роботи зі понесеними витратами. За інших рівних умов діяльність підприємства можна вважати більш ефективною, якщо його сукупні витрати забезпечують більший прибуток або якщо дана сума прибутку отримана з мінімальними витратами.

Відповідно до третьої функції за рахунок прибутку формується доходна частина державного і місцевого бюджетів. Це здійснюється через систему податків і зборів, що сплачуються торговельними підприємствами. Крім того, реалізація цієї функції також зв'язана із зростанням прибутку підприємства, що забезпечує зростання доходів його власників, менеджерів і персоналу.

Відповідно останньої функції прибутку належить чільна роль у системі внутрішніх джерел формування фінансових ресурсів торговельного підприємства. Чим більше прибутку залишається в розпорядженні підприємства, тим менша його потреба в залученні коштів з позикових джерел, тим вище рівень його самофінансування і фінансової стійкості.

Взаємозв'язок і взаємозумовленість цих функцій роблять прибуток тим елементом господарювання, в якому перетинаються економічні інтереси суспільства, підприємства і кожного працівника. Звідси і розмаїтість показників прибутку, кожний з яких відрізняється певним економічним змістом.

У даний час нараховується велика кількість підходів до класифікації прибутку підприємства. Однак класифікуючи

прибуток доцільно використовувати комплексний підхід, який враховує взаємозв'язок умов стратегічного управління прибутку з його функціями і видами (рис. 1).

Головною метою стратегічного управління прибутком є забезпечення максимізації добробуту власників підприємства в поточному і перспективному періоді. Ця мета покликана забезпечувати одночасно гармонізацію інтересів власників з інтересами держави і персоналу підприємства. Держава зацікавлена у підвищенні ефективності стратегічного управління прибутком, тому, що він є джерелом надходжень до бюджету. Зацікавленість підприємства пояснюється тим, що при стратегічному управлінні прибутком сприяє збільшенню частки, що залишилася в його розпорядженні, працівники пов'язують із збільшенням прибутку підвищення можливості для матеріального стимулювання і соціального розвитку.

Стратегічне управління прибутком торговельного підприємства обумовлює порядок розподілу і використання прибутку на підприємстві, який фіксується в статуті і конкретизується в положеннях, що розробляється відповідними підрозділами економічних служб і затверджується керівним органом підприємства.

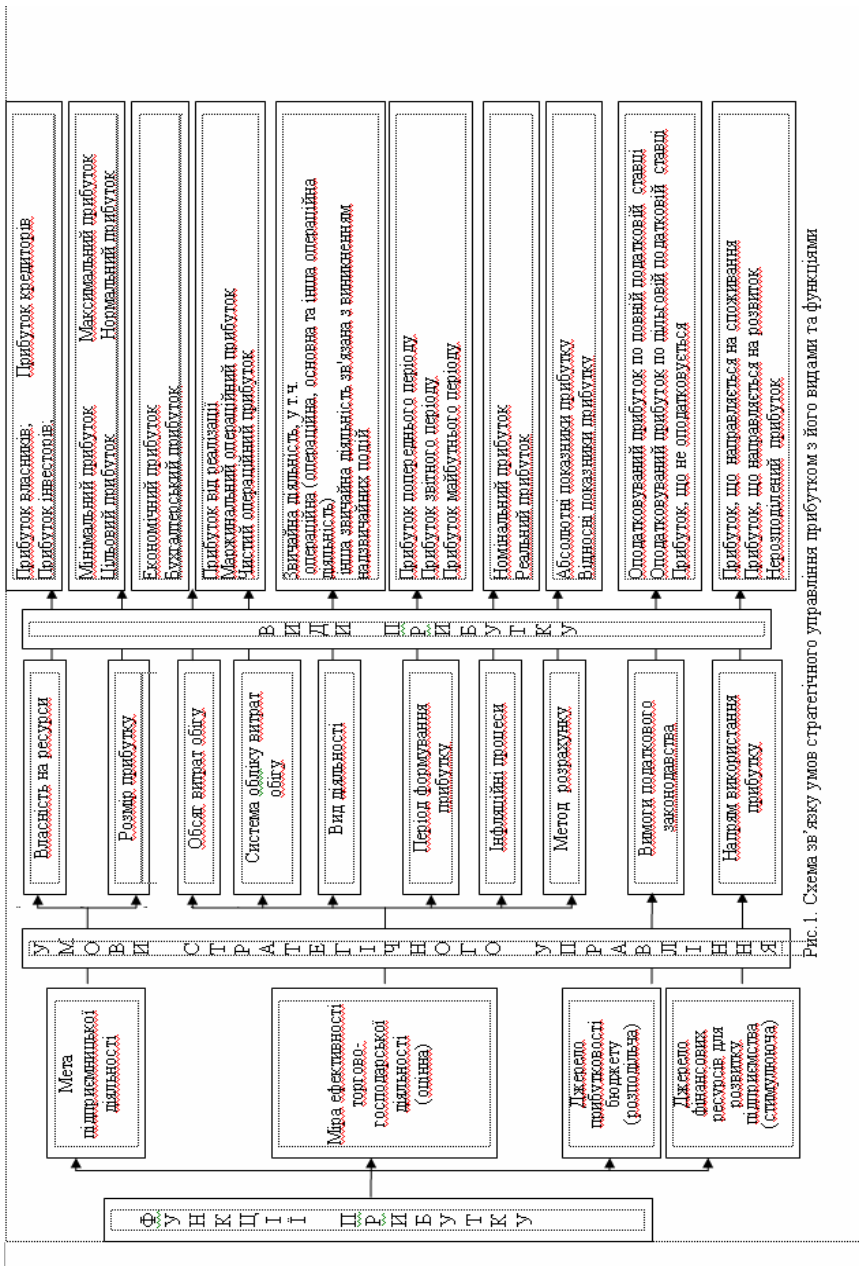


Рис. 1. Схема зв'язку умов стратегічного управління прибутком з його видами та функціями

Отже, прибуток - це кінцевий фінансовий результат комерційної діяльності і показник ефективності торговельного підприємства, основна стратегічна мета, стимул до подальшого розвитку через грошові накопичення. Відтак, під стратегічним управлінням прибутком розуміється процес стратегічних змін, спрямованих на переорієнтування діючої стратегії управління прибутком торговельного підприємства з урахуванням відповідності його внутрішніх можливостей умовам зовнішнього середовища.

Список використаних джерел:

1. Маркова В. Д., Кузнецова С. А. Стратегический менеджмент: Курс лекций. – М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2001. – 288 с.
2. Василенко В. А., Ткаченко Т. І. Стратегічне управління: Навчальний посібник. – К.: ЦУЛ, 2003. – 396 с.
3. Осовська Г. В., Фішук О. М., Жалінська І. В. Стратегічний менеджмент: Навчальний посібник. – К.: Кондор, 2003. – 196 с.
4. Томпсон А. А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: Учебник для вузов / Пер. с англ. под ред. Л. Г. Зайцева, М. И. Соколовой. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 578 с.
5. Хорин А.Н. Стратегический анализ: Учебное пособие / А.Н Хорин, В.Э. Керимов. – М.:Эксмо, 2006. – 288 с.