

СТРУКТУРА ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто основні наукові підходи до визначення поняття "механізм управління прибутком торговельного підприємства", процесу управління прибутком торговельного підприємства. Обґрунтовано авторський підхід до управління прибутком торговельного підприємства, що має на меті капіталізацію та підвищення вартості підприємства.

Ключові слова: прибуток, управління прибутком, підходи до управління прибутком, вартість підприємства.

Вступ. Однією з визначальних складових системи управління будь-якого підприємства є механізм управління прибутком. Завдяки йому формуються передумови успішного функціонування торговельного підприємства на ринку, досягнення стійкості і стабільності його розвитку, забезпечення підвищення рівня капіталізації, а відповідно, й зростання вартості самого підприємства. Ефективність механізму управління прибутком торговельного підприємства перебуває у прямій залежності від того, наскільки правильно та адекватно до зовнішнього і внутрішнього середовища обрано складові такого механізму.

Постановка проблеми. У сучасній економічній літературі існують різні погляди на те, що потрібно розуміти під поняттям "механізм управління". При цьому, на сьогодні не вироблено єдиної методологічної конструкції, що стала б науковою основою формування та функціонування механізму управління. Формували вітчизняну теорію управління прибутком торговельних підприємств такі вчені, як: Л. Балабанова, В. Блонська, Л. Лігоненко, А. Мазаракі, Н. Міценко, Л. Омелянович, І. Бланк, Б. Данилишин, Г. Башнянин, Я. Гончарук, Ю. Дайновський, В. Єлейко, Б. Мізюк, А. Садєков.

Виклад основного матеріалу. Управління прибутком у торговельно-му підприємстві вимагає, насамперед, формулювання чіткого визначення поняття його механізму. На сьогодні різні науковці по-різному підходять до його трактування. Так, Н.Г. Пігуль стверджує, що механізм управління – це найбільш активна частина системи управління, що забезпечує вплив на фактори, від стану яких залежить результат діяльності об'єкта, яким управляють [4, с. 127]. У ролі елементів такого механізму автор визначає цілі, критерії, фактори, методи і результати управління.

З точки зору А.А. Малицького, механізм управління повинен має охоплювати принципи, завдання, економічні та юридичні методи й обмеження, організаційну структуру органів управління, персонал, інформацію і технічні засоби її оброблення [3, с. 234]. Лише такий механізм, на його думку, спроможний забезпечити динамізм та узгодженість роботи підприємства.

Садєков А.А. і В.В. Цурик у монографії "Управління підприємством в умовах кризи" стверджують, що механізм управління – це система впливу на об'єкт управління з метою досягнення бажаного результату. Механізм управ-

ління ми розглядаємо як складову системи організації господарського процесу, що представлена комплексом факторів, що є взаємодоповнювальними і взаємозалежними та мають власні форми управлінського впливу [5, с. 27].

Інші науковці – Р.Н. Мінніханов, В.В. Алексєєв, Д.І. Файзрахманов, М.А. Сагдієв – наголошують на необхідності дослідження механізму управління прибутком з погляду процесного підходу. Вони детермінують механізм управління як комплекс послідовних управлінських заходів, що охоплюють увесь цикл управління, систему методів і моделей, організаційних і технічних засобів управління [2, с. 405].

Значно ширше проблему формування і функціонування механізму управління прибутком вивчає С.М. Ілляшенко [1, с. 35]. Відповідно до його концепції, організаційно-економічний механізм управління прибутком володіє низкою характеристик:

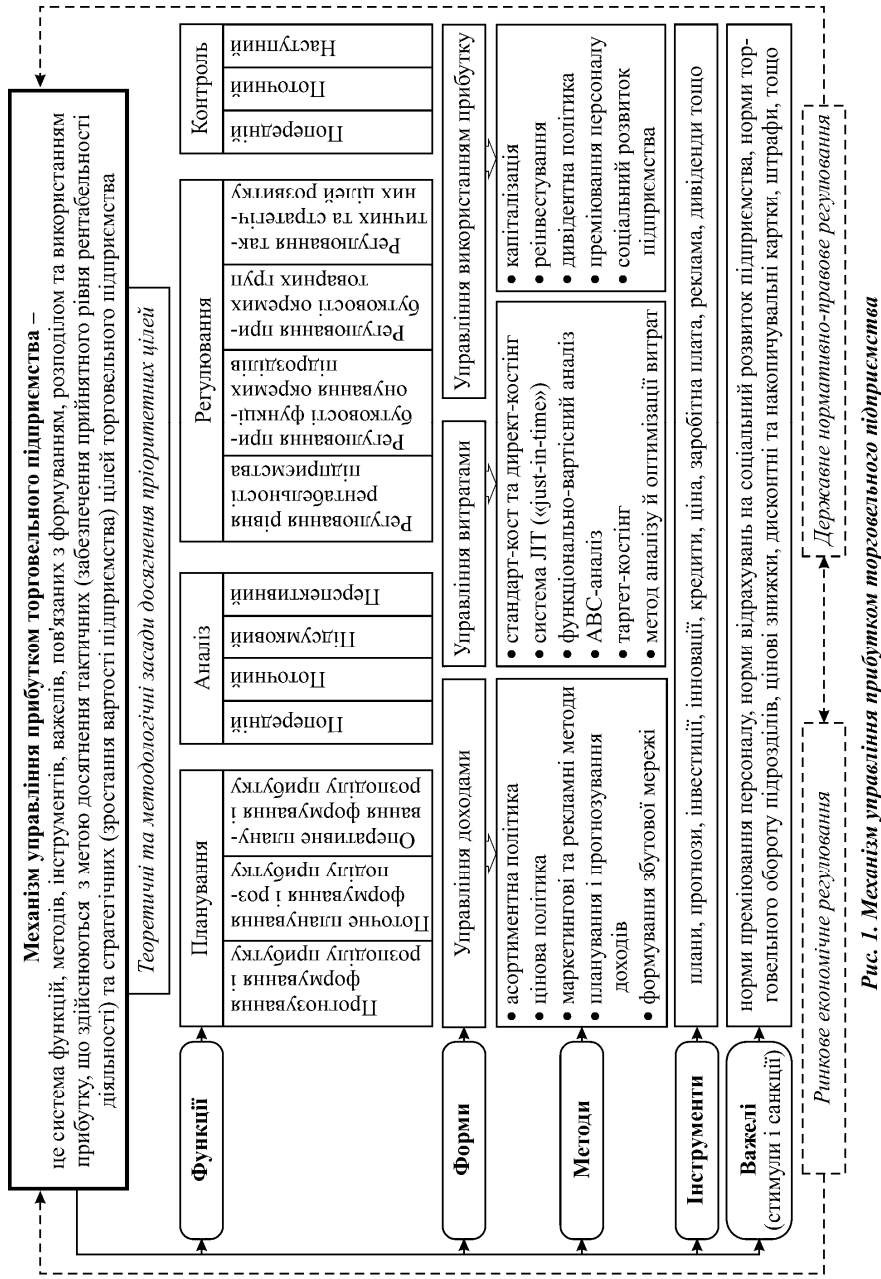
- складністю структури;
- наявністю великої кількості елементів зі складними взаємозв'язками;
- динамічністю та стохастичністю поведінки загалом і окремих його елементів;
- наявністю ієрархічних і функціональних підсистем, що працюють на досягнення певних цілей (система планування і прогнозування розвитку, система мотивації, система організації, інформаційна система), кожна з яких також включає низку підсистем;
- функціонування організаційно-економічного механізму управління прибутком здійснюється в умовах постійної взаємодії із зовнішнім для підприємства середовищем.

Дещо відмінне від попередніх визначення суті управління прибутком наводить Є.Ю. Ткаченко: "...моделлю управління прибутком суб'єкта господарювання необхідно вважати сукупність фінансово-правових та організаційно-технічних механізмів, прийомів прогнозування, планування та контролю затрат і доходів підприємства з метою забезпечення підтримання прийнятної рівня рентабельності діяльності суб'єкта господарювання у довгостроковій перспективі, а також досягнення інших цілей, визначених корпоративною стратегією" [6, с. 216]. У наведеному визначенні справедливо акцентується увага на необхідності виконання механізмом таких основних функцій, які властиві будь-якій системі управління: планування, регулювання, аналіз і контроль.

Проведені дослідження властивостей, структури механізму управління прибутком торговельного підприємства дозволили запропонувати авторський підхід до його формування (рис. 1). На нашу думку, механізм управління прибутком торговельного підприємства можна трактувати як систему функцій, методів, інструментів, важелів, пов'язаних із формуванням, розподілом та використанням прибутку, що здійснюються з метою досягнення тактичних (забезпечення прийнятної рівня рентабельності діяльності) та стратегічних (зростання вартості підприємства) цілей торговельного підприємства.

Цільовий блок механізму управління прибутком, поряд із переліком стратегічних і тактичних цілей підприємства, становлять також критерії вибору й оцінки досягнення певних цілей і результатів діяльності підприємства, завдання управління.

¹ Наук. керівник: проф. Н.Г. Міценко, канд. екон. наук



Наявність критеріїв, за якими оцінюють наскільки окреслені цілі в процесі управління були досягнуті, дає змогу чітко детермінувати ефективність функціонування механізму загалом. Основними цілями, на досягнення яких спрямована дія механізму управління прибутком, є:

- у короткотерміновому періоді – забезпечення прийнятної рівня рентабельності діяльності;
- у довготерміновому періоді – зростання ринкової вартості торговельного підприємства.

Необхідною умовою досягнення окреслених цілей є наукова обґрунтованість вибору функцій, методів, інструментів, важелів, пов'язаних із формуванням, розподілом та використанням прибутку. Тому в сучасних умовах актуалізується проблема дослідження теоретичних і методологічних підходів до управління підприємством та його прибутком зокрема.

Система організаційного забезпечення механізму управління прибутком – це взаємозалежна сукупність підрозділів підприємства, що забезпечують розроблення й прийняття управлінських рішень щодо окремих аспектів формування та використання прибутку та несуть відповідальність за їх результати. Невід'ємною складовою механізму управління прибутком торговельного підприємства є система правового, ресурсного, нормативно-методичного, наукового, технічного, інформаційного забезпечення управління підприємством. Ця система детермінує засадничі передумови функціонування підприємства шляхом врахування ринкових та державних важелів впливу, а отже:

- по-перше, обумовлює структуру механізму управління прибутком підприємства (набір форм, методів й інструментарію управління);
- по-друге, дає змогу сформувати ресурси, необхідні для вирішення завдань управління (трудова, фінансова, матеріальна, інноваційна, інформаційна та ін.) шляхом взаємодії зі зовнішнім середовищем;
- по-третє, окреслює правове і нормативно-методичне поле функціонування механізму управління прибутком підприємства.

Механізм управління прибутком передбачає виконання всіх функцій, властивих управлінню будь-яким об'єктом: планування, організація, регулювання, мотивація, облік і аналіз, координація, контроль, стимулювання. Однак, якщо управління розглядати як процес, то як етапи організації управління можна виокремити планування, аналіз, регулювання та контроль. Інші функції реалізуються в межах виконання зазначених етапів. Для прикладу, під час проведення регулятивних заходів відбувається координація та стимулювання певних видів діяльності. Організування властиве кожному з етапів управління прибутком підприємства.

Основні функціональні складові механізму управління прибутком торговельного підприємства характеризують його динамічність і відображають основні аспекти щодо: організації торгівлі; управління основними та оборотними засобами, витратами підприємства; вдосконалення торговельного процесу; управління асортиментом товарів та якістю торговельної послуги; управління персоналом; управління маркетинговим потенціалом; органі-

зації економічної безпеки підприємства; управління рекламою та стимулюванням товарообороту; управління інноваційною діяльністю; інформаційної підтримки управлінських рішень у сфері торгівлі тощо.

Особливості реалізації кожного з функціональних етапів реалізації управління прибутком підприємства залежать від організаційної форми функціонування підприємства, розмірів підприємства і масштабів його діяльності, торговельної специфіки (оптова чи роздрібна торгівля; торгівля промисловими товарами, продуктами, технологіями тощо) ступеня впливу зовнішнього середовища і результатів діяльності підприємства та інших факторів. У цьому контексті доцільно розглянути особливості кругообігу прибутку у процесі господарської діяльності торговельного підприємства (рис. 2) та конкретизувати сукупність функцій, властивих кожній фазі кругообігу прибутку. Прибуток послідовно проходить три відтворювальні фази (формування, розподілу, використання) впродовж звітного періоду (зазвичай, рік) діяльності підприємства.



Рис. 2. Схема кругообігу прибутку торговельного підприємства

На кожній фазі кругообігу прибуток підприємства набуває певного значення та виконує сукупність функцій. Розглянемо їх взаємозв'язок (табл.). З огляду на особливості процесу генерування прибутку та його ролі у подальшому розвитку підприємства, механізм управління прибутком торговельного підприємства передбачає три форми управління: доходами, управління витратами підприємства, розподіл та використання прибутку. Кожній із зазначених форм властивий особливий набір методів управління.

Практична реалізація функцій та форм управління здійснюється за допомогою системи методів¹ управління, засадничим критерієм класифікації яких є мотивація діяльності, тому розрізняють економічні, соціально-психологічні та організаційні методи управління прибутком підприємств. Найчастіше економічні, соціально-психологічні та організаційні методи управління підприємством застосовуються комплексно, відповідно до завдань, які необхідно вирішити. Їх оптимальне поєднання дає змогу забезпечити достатньо ефективно господарювання.

У структурі механізму управління прибутком торговельного підприємства вибір методів управління зумовлений специфікою об'єкта управління (прибутку), тому вся сукупність методів поділяється на методи управління

¹ Методи управління – це способи впливу на окремих працівників і трудові колективи в цілому, які необхідні для досягнення цілей фірми (підприємства, організації).

доходами підприємства, методи управління витратами підприємства, методи управління розподілом і використанням прибутку торговельного підприємства.

Табл. Функції прибутку на різних етапах його кругообігу

	Значення прибутку	Функції прибутку
Фаза формування прибутку	Головна мета підприємницької діяльності та узагальнюючий показник ефективності, прибутковості господарської діяльності підприємства. Основне джерело формування фінансових ресурсів, які забезпечують результативність та економічний розвиток господарської діяльності підприємства.	Функція оцінки фінансового результату, отриманого від окремих видів діяльності (основної, операційної, фінансової, інвестиційної) та від господарської діяльності підприємства загалом.
Фаза розподілу прибутку	Основне джерело зростання вартості капіталу, задоволення інтересів держави, власників, контрагентів (інвесторів, кредиторів) та колективу підприємства. База економічного розвитку держави та реалізації загальнодержавних соціально-економічних програм, важливе джерело задоволення соціальних потреб, інтересів суспільства.	Функція розподілу прибутку підприємства для цілей наповнення державного бюджету, а отже, забезпечення стабільного макроекономічного розвитку країни та задоволення суспільних потреб. Функція стимулювання – зростання вартості власного капіталу, створення сприятливих умов для стимулювання власників, інвесторів та мотивації працівників, з метою підвищення результативності, забезпечення сталого економічного розвитку підприємства.
Фаза використання прибутку	Ключова умова життєздатності (існування), поточного та довгострокового економічного розвитку господарської діяльності підприємства. Головний чинник зростання власного капіталу та ринкової вартості підприємства. Забезпечення інноваційного розвитку підприємства, підвищення платоспроможності, фінансової незалежності, ділової активності, конкурентоспроможності підприємства Інструмент захисту підприємства від загрози банкрутства. Критерій доцільності та ефективності прийняття управлінських рішень.	Функція оцінки величини реінвестованого та накопиченого нерозподіленого прибутку підприємства на кінець звітного періоду. Функція оптимізації передбачає: 1) прийняття та реалізацію ефективних управлінських рішень, спрямованих на обов'язкове отримання цільової суми прибутку та забезпечення сталого економічного розвитку підприємства; 2) оптимальне використання прибутку, що відображається у забезпеченні стабільного зростання конкурентоспроможності, стійкого економічного розвитку підприємства у довгостроковій перспективі.

Сьогодні на вітчизняних торговельних підприємствах механізм управління прибутком переважно передбачає застосування традиційних технологій управління: за цілями, за результатами, на основі потреб та інтересів, на основі активізації діяльності персоналу. При цьому вкрай рідкими є випадки застосування таких інноваційних підходів до управління, як контролінг, бенчмаркінг, грейдинг, формування системи збалансованих показників. Зважаючи на таку особливість торгівлі, як максимальне наближення до споживача та постійний контакт з ним, вважаємо за необхідне використання такого підходу до управління прибутком як формування особливого корпоративного середовища на підприємстві та створення корпоративної системи цінностей.

Будь-який механізм повинен мати широке коло інструментів реалізації, які б дозволили досягнути тактичних і стратегічних цілей. Для механізму

управління прибутком торговельного підприємства такими інструментами є плани, прогнози, інвестиції, інновації, кредити, ціна, заробітна плата, реклама, дивіденди тощо. Поряд зі сукупністю інструментів у межах механізму, потрібно визначити і коло важелів впливу. Важелі мають специфічну дію, оскільки використовуються керівництвом торговельного підприємства з метою стимулювання (позитивного впливу) працівників, покупців, бізнес-партнерів чи навпаки – дестимулювання, що полягає у накладанні певних санкцій. До важелів механізму управління прибутком торговельного підприємства ми віднесли норми преміювання персоналу, норми відрхувань на соціальний розвиток підприємства, норми товарообороту підрозділів, цінові знижки, дисконтні та накопичувальні картки, штрафи тощо.

Висновки. Сучасний механізм управління прибутком торговельного підприємства повинен поряд із застосуванням традиційних методів та інструментів управління враховувати новітні управлінські технології задля успішного досягнення поставлених цілей підприємства та підвищення рівня ефективності його господарської діяльності.

Література

1. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи : навч. посібн. / С.М. Ілляшенко. – Суми : Університетська книга, 2003. – 278 с.
2. Инновационный менеджмент в АПК / Р.Н. Минниханов и др. – М. : Изд-во МСХА, 2003. – 432 с.
3. Малицький А.А. Структуризація організаційно-економічного механізму управління підприємством торгівлі в умовах ринку / А.А. Малицький // Торгівля і ринок України : зб. наук. праць. – Донецьк : Вид-во ДонНУЕТ. – 2009. – № 27. – С. 198-205.
4. Пігуль Н.Г. Управління прибутком підприємства / Н.Г. Пігуль // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України : зб. наук. праць. – Суми : Вид-во Української академії банківської справи" НБУ. – 2010. – № 28. – С. 125-132.
5. Садеков А.А. Управление предприятием в условиях кризиса : монография / А.А. Садеков, В.В. Цурик. – Донецьк : Изд-во ДонГУЭТ, 2006. – 178 с.
6. Ткаченко Є.Ю. Система управління прибутком підприємства / Є.Ю. Ткаченко // Вісник Сумського національного аграрного університету : наук.-метод. журнал. – 2006. – № 3. – С. 214-220.

Боднарюк В.А. Структура економічного механізму управління прибутком торгового підприємства

Рассмотрены основные научные подходы к определению понятия "механизм управления прибутком торгового предприятия", процесса управления прибутком торгового предприятия. Обоснован авторский подход к управлению прибутком торгового предприятия, целью которого выступает капитализация и повышение стоимости предприятия.

Ключевые слова: прибыль, управление прибутком, подходы к управлению прибутком, стоимость предприятия.

Bodnaryuk V.A. Structure of economic mechanism of profit management of the trade company

It is reviewed the main scientific approaches to the definition of "mechanism of profit management of commercial enterprises," the process of profit management of the trade company. The article shows the author's grounded approach to profit managing of trade organization, which aims to capitalization and increasing the value of enterprise.

Keywords: profit, profit management, approaches to the management of income, the cost of enterprise.

УДК 332.2.021

Доц. О.Д. Гнаткович, канд. екон. наук –
Львівський інститут економіки і туризму

ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ ВІДНОСИН У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРЬКОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ

Розглянуто особливості реалізації земельних відносин у сільськогосподарському підприємстві України. Проаналізовано специфіку землекористування у сільському господарстві та показники його ефективності. Особливо виділено основні принципи використання сільськогосподарських земель у державі.

Ключові слова: сільськогосподарські землі, підприємництво, земельні відносини, ефективність.

Вступ. У процесі здійснення земельної реформи з переходом до значно більшої кількості власників землі необхідно брати до уваги, що має бути забезпечений якісно новий стан використання земель суб'єктами підприємництва у сільському господарстві, а саме: підвищення їх продуктивності, охорони та відтворення родючості ґрунтів. Досягти високих результатів господарювання на землі спроможні ті підприємства, які ефективно використовують наявні матеріально-трудові ресурси, здійснюють розширене відтворення виробничої діяльності та отримують стабільні доходи, тобто це ті господарюючі суб'єкти, діяльності яких притаманні усі ознаки зміст підприємницької діяльності у сільському господарстві та розглянути особливості використання землі як головного засобу виробництва.

Загальні підходи до визначення суті підприємництва опубліковані у працях таких відомих класиків економічної думки як А. Сміт, А. Маршалл, Д. Рікардо, Ж.-Б. Сей, І. Кірцнер, Й. фон Тюнен, Й. Шумпетер, Р. Макконнелл, Р. Кантілон, Стенлі Л. Брю та інші. Серед сучасних дослідників поняття підприємництва необхідно насамперед згадати Л. Алексеєнка, В. Камасва, В. Мочерного, Г. Климка, З. Варналій, О. Квасницького, Т. Черняк, Ю. Ніколенка.

Поряд із загальним розумінням суті підприємництва, потрібно розглянути його специфіку у сільському господарстві. Це питання розглянуто у працях таких вчених-аграріїв як В.І. Благодатний, В.М. Гречаний, І.Б. Жовтанюк, М.Й. Малік, Л.О. Мармуль, В.І. Мацибора, Л.Л. Мельник, П.Т. Саблук, Н.І. Титова, Г.В. Черевко та інші. Водночас, особливості здійснення земельних відносин у сільськогосподарському підприємстві, які визначають специфіку сільськогосподарського виробництва, потребують подальших наукових досліджень в контексті їх поглиблення та деталізації, що актуалізує тематику дослідження.

Мета роботи – обґрунтування теоретичних засад здійснення підприємницької діяльності у сільському господарстві та визначення особливостей здійснення земельних відносин у сільськогосподарському підприємстві.

Результати дослідження. У сільському господарстві підприємницька діяльність (підприємництво) становить систему відносин між суб'єктами господарювання з приводу особливого типу діяльності з задоволення потреб суспільства в продуктах харчування шляхом здійснення новаторської функції, стратегічно зорієнтованої на успіх. Основною ланкою підприємництва є підприємство.