

УДК 336.6

Тельнова Г. В.

УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ У СИСТЕМІ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасна економічна ситуація в Україні не сприяє розвитку підприємств і росту їх потенціалу. Зростає кількість збиткових підприємств, відбувається зниження їх рентабельності. За статистичними даними в 2011 р. лише 59,2 % промислових підприємств мали позитивний фінансовий результат [1]. Найбільшою мірою заважають досягненню прибутку в цей час високі ставки податків, нестабільність політичної й економічної ситуації в країні, низька платоспроможність споживачів, зниження попиту на продукцію, труднощі з поставкою сировини й матеріалів. З огляду на те, що прибуток є одним з основних джерел забезпечення фінансово-господарської діяльності підприємств, його відсутність або недостатність може викликати значні негативні зміни в стані підприємства. Так, недостатність прибутку може викликати виникнення боргів, недостачу засобів для придбання сировини й матеріалів, неможливість здійснення ефективної інвестиційної й інвестиційної діяльності, що в остаточному підсумку приводить до зниження темпів економічного росту, збільшення ризику банкрутства й неможливості виживання в конкурентному середовищі. Одним із факторів, що впливають на формування фінансових результатів підприємства, є ефективність здійснення фінансового менеджменту, якість прийнятих управлінських рішень і побудова інформаційних потоків на підприємстві в системі фінансового управління. Тому організації ефективної функції управління прибутком у системі фінансового менеджменту необхідно приділяти досить багато уваги.

Теоретичні й практичні основи управління прибутком розглядаються у роботах Й. О. Бланка, В. М. Опаріна, А. М. Поддєрьогіна, М. І. Баканова, В. В. Ковальова, Ю. Бріггема і ін. вітчизняних й закордонних дослідників [2–7].

Ці вчені зробили значний внесок в область управління прибутком, однак, недостатньо освітленим залишається питання управління прибутком у системі фінансового менеджменту підприємства і його взаємозв'язок з іншими функціями й підсистемами фінансового управління.

Метою статті є подальша розробка рекомендацій з удосконалення управління прибутком у системі фінансового менеджменту підприємства на основі побудови взаємозв'язку функцій і підсистем фінансового менеджменту.

Прибуток є об'єктом управління у фінансовому менеджменті, показником ефективності діяльності підприємства й під час змін зовнішніх умов господарювання необхідно робити зміни в організації управління прибутком, які відповідають новим умовам. Взагалі, категорія «прибуток» перетерпіла зміну значення з розвитком економіки. Сучасні дослідники проблем управління прибутком відзначають, що «прибуток у трансформаційний період виступає як об'єкт і інструмент управління. Він є основним показником, що характеризує діяльність підприємства, визначає частину засобів, що залишається на підприємстві після реалізації продукції, сплати необхідних податкових платежів і відшкодування витрат, пов'язаних з виробництвом і реалізацією продукції, є джерелом формування доходів держави» [8].

У роботі Галовської Н. І. розглядається й аналізується трактування валового прибутку: «валовий прибуток у розумінні західних економістів має багато трактувань. Так, одні автори під валовим прибутком розуміють різницю між виторгом від реалізації й повною собівартістю;

інші пропонують вираховувати скорочену собівартість. Деякі автори ототожнюють валовий прибуток з маржинальним прибутком. Відповідно до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку, валовий прибуток – це різниця між чистим доходом від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) і собівартістю реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг). Причому, під собівартістю реалізованої продукції розуміють суму прямих і непрямих витрат, тобто не повну собівартість продукції. А відповідно до діючого податкового законодавства України валовий прибуток – це різниця між скоректованими валовими доходами й сумою валових витрат і амортизації. Оскільки у вітчизняній і закордонній термінології визначення показників прибутку досить суперечливі (при одній назві кожний прибуток має кілька трактувань), які ускладнюють використання цих показників і не завжди відповідають змісту цього терміна, у зв'язку із цим потрібно досить обережно використовувати той або інший показник» [9].

Зв'язок функції управління прибутком у фінансовому менеджменті простежується у визначенні, даному Ширягіною Е. Е. «Автором пропонується розуміти прибуток як форму комплексного доходу, що утворюється в результаті реалізації права власності на капітал у різних сферах його застосування, що виступає одночасно об'єктом і інструментом управління фінансами» [10].

У даній роботі з позиції об'єкта фінансового управління буде розглядатися фінансовий результат діяльності підприємства.

Для підвищення ефективності діяльності будь-якого підприємства, попередження його збитків повинна бути сформована діюча функція управління прибутком, що розглядається в системі фінансового менеджменту у взаємозв'язку з її елементами, кожний з яких відіграє певну роль і дія яких забезпечує досягнення заданого обсягу прибутку.

Механізм управління прибутком досить складний і включає безліч напрямків. Він включає «ринковий механізм регулювання формування й використання прибутку, державне нормативно-правове регулювання питань формування й розподілу прибутку, внутрішній механізм регулювання окремих аспектів формування, розподілу й використання прибутку, систему конкретних методів і прийомів здійснення управління прибутком» [8].

Про комплексність механізму управління прибутком говорить й у роботі Отпущенникової О. М.: «для діючого управління прибутком підприємства необхідно комплексне й системне використання сукупності методів, що дозволить направити методичний апарат управління прибутком саме на ті аспекти управління, які є найбільш важливими для підприємства як сьогодні, так і в стратегічному плані. Використання методів управління прибутком підприємства в такому аспекті має потребу в розробці комплексного інструмента управління прибутком» [11].

З позиції внутрішнього фінансового управління нами бачаться наступні складові аспекти управління прибутком:

- планування прибутку;
- управління витратами;
- управління беззбитковістю;
- дивідендна політика підприємства;
- управління розподілом прибутку;
- оптимізація оподаткування прибутку.

Кожний з перерахованих напрямків має складну структуру й свій механізм. Однак, з огляду на поставлену в роботі мету, увагу приділимо побудові інформаційних потоків і взаємозв'язків функції управління прибутком з підсистемами фінансового менеджменту (підсистемою маркетингу, підсистемою економічної діагностики фінансового стану підприємства,

підсистемою планування й бюджетування, контролінгу). У сучасних умовах господарювання від якості такої побудови залежить ефективність прийняття управлінських рішень, а також величина кінцевого фінансового результату.

Підсистема планування й бюджетування дозволяє спрогнозувати величину прибутку (або визначити цільову її величину) на основі планування величини витрату й планування собівартості. У загальному випадку, під час планування фінансових результатів використовують наступні методи: нормативний метод, балансовий метод, метод експертних оцінок, економіко-математичне моделювання, методи ситуаційного аналізу й прогнозування. Вибір методу планування прибутку залежить від поставлених цілей, прийнятої системи управління прибутком на підприємстві й інших факторів. Також важливим напрямком діяльності підсистеми планування й бюджетування є планування беззбитковості в цілому по підприємству й по окремих видах продукції.

У роботі Скубій О. Л. відзначається, що «орієнтація внутріфірмового планування на досягнення максимальної прибутковості не гарантує досягнення беззбитковості. Проведені розрахунки підтверджують, що навіть під час застосування оптимізаційних моделей, орієнтованих на забезпечення максимальної прибутковості, не завжди забезпечується досягнення беззбитковості. Це свідчить про необхідність ретельної уваги саме до планування беззбитковості й доводить необхідність реалізації конкретної функції управління – планування беззбитковості» [12]. Автором пропонується методика планування обсягу виробництва, собівартості, прибутку й рентабельності, орієнтована на досягнення беззбитковості. «Реалізація запропонованої методики здійснюється в три етапи:

1. Етап підготовки вихідних даних. На цьому етапі плануються:

- норми витрат різних видів ресурсів на підставі інформації про реальні витрати напередодні ухвалення планового рішення;
- величина запасів різних видів ресурсів (при плануванні запасів матеріалів запропоновано використовувати коефіцієнт надійності поставки);
- величина умовно-змінних витрат на виготовлення одиниці продукції, ціна одиниці продукції й величина покриття витрат;
- граничні обсяги виробництва окремих видів товарів;
- загальна величина умовно-постійних витрат і витрат розширеного відтворення.

2. Етап прийняття планової виробничої програми, орієнтованої на досягнення беззбитковості.

3. Етап планування собівартості, прибутку й рентабельності. На цьому етапі на основі прийнятої виробничої програми планується собівартість одиниці продукції, загальна сума витрат на виробництво й реалізацію продукції, прибуток від реалізації продукції й рентабельність виробництва.

Застосування розробленої методики на підприємствах, які спеціалізуються на виробництві товарів народного споживання, забезпечить досягнення й підтримку в довгостроковому періоді стану беззбитковості» [12].

Основною же метою підсистеми планування й бюджетування є мобілізація резервів зростання прибутку.

Підсистема ризику дозволяє направити діяльність підприємства на протидію негативним змінам, які виникають у внутрішньому і зовнішньому середовищі підприємства й заважають досягненню запланованого фінансового результату, з метою мінімізації втрат від них. Як відомо, зв'язок ризику й прибутковості зворотньопропорційний й можливість підвищення

прибутку часто пов'язана з підвищеним ризиком. Підсистема ризику дозволяє оцінити всі варіанти досягнення поставленої мети з урахуванням фактору ризику й вибрати найбільш оптимальний з погляду співвідношення можливих втрат і отриманого прибутку.

Маркетинг відіграє величезну роль в управлінні прибутком. Саме служба маркетингу дозволяє сформуувати асортиментну політику підприємства, виявити ринки збуту, визначити політику ціноутворення, управляти співвідношенням якості й ціни, забезпечуючи прибутковість шляхом зниження собівартості, підвищення обсягів збуту й раціоналізації продажів. Підсистема маркетингу безпосереднім чином бере участь у розробці стратегії поведінки підприємства на ринку для забезпечення беззбиткової його діяльності. «На сучасному етапі адаптації підприємства до ринкових умов господарювання можна виділити три основні моделі забезпечення беззбиткової діяльності: консервативну, ринкову, змішану.

При консервативній моделі підприємство досить пасивне, зберігає переважно старі мотиви, зв'язки, що вже існують, не здійснює активних кроків на ринку, вирішує проблеми традиційними методами, у більшості випадків очікує їх рішення на державному рівні.

Ринкова модель орієнтована на стратегію самостійного виживання: підприємство розраховує на власні ресурси, уміння самостійно прогнозувати розвиток ситуації й вживати відповідні заходи, не очікуючи допомоги від держави.

Змішаної моделі властиві елементи консервативної й ринкової: підприємство в одних випадках розраховує на допомогу держави, а в інших – тільки на власні сили. Зміни на таких підприємствах відбуваються, але повільніше, ніж на підприємствах, які використовують ринкові моделі розвитку» [13].

Крім того, служба маркетингу бере участь у розподілі прибутку, визначаючи її необхідну величину для інноваційного розвитку, інвестиційної діяльності, забезпечення конкурентоспроможності, залучення інвесторів і акціонерів.

Підсистема економічної діагностики фінансового стану підприємства проводить аналіз і оцінку досягнутих фінансових результатів, забезпечуючи відповідною інформацією інші підсистеми фінансового менеджменту. Набір показників для такої оцінки залежить від обраної стратегії й методики аналізу, однак у кожному випадку це як абсолютні, так і відносні показники, що характеризують прибутковість, рентабельність, ефективність використання різних груп ресурсів, ціноутворення, асортиментної політики й загальної діяльності підприємства. Одним із прикладів розробленої системи показників, що характеризують беззбиткову діяльність підприємства, є система, представлена в роботі Данилишина В. И. (рис. 1) [13].

Досить розповсюдженим є також операційний аналіз, який дозволяє визначити взаємозв'язок прибутку й обсягів реалізації, структури витрат. Широко даний вид аналізу представлений у роботах О. Стоянової [14] і Й. Бланка [2]: змінюючи співвідношення між змінними й постійними витратами в межах можливостей підприємства, можна вирішити питання оптимізації величини прибутку. Ця залежність зветься «ефект операційного леверіджу» (ЭОЛ). Таким чином, операційний леверідж характеризує взаємозв'язок структури собівартості, обсягу випуску й продажів і прибутку, показує зміну прибутку залежно від зміни обсягів продажів. Дія операційного важеля полягає в тому, що будь-яка зміна витрат від реалізації продукції завжди породжує більш сильну зміну прибутку. Ступінь чутливості прибутку до зміни витрат від реалізації продукції (сила операційного важеля) залежить від співвідношення постійних і змінних витрат у загальних витратах підприємства. Чим більше питома вага постійних витрат у загальному обсязі витрат підприємства, тим більше сила операційного важеля. Більшою силою операційного важеля володіють підприємства, що використовують дороге встаткування й мають високу частку необоротних активів на балансі підприємства.

У підприємств із значною силою операційного важеля прибуток дуже чутливий до зміни обсягу реалізації продукції. Навіть незначна зміна обсягу реалізації убік зниження приведе до дуже значного зниження прибутку. Це значить, що дія операційного важеля породжує особливий тип ризику – виробничий, тобто ризик зав'язнути в постійних витратах при погіршенні кон'юнктури ринку: постійні витрати будуть гальмувати переорієнтацію виробництва й створювати труднощі в диверсифікованості активів і зміні ринкової ніші. Прийнято вважати, що виробничий ризик є функцією структури витрат. Звідси висновок: нарощувати фондоємність виробництва доцільно з великою обережністю й тільки тоді, коли є впевненість, що обсяг реалізації продукції буде рости [14, 2].

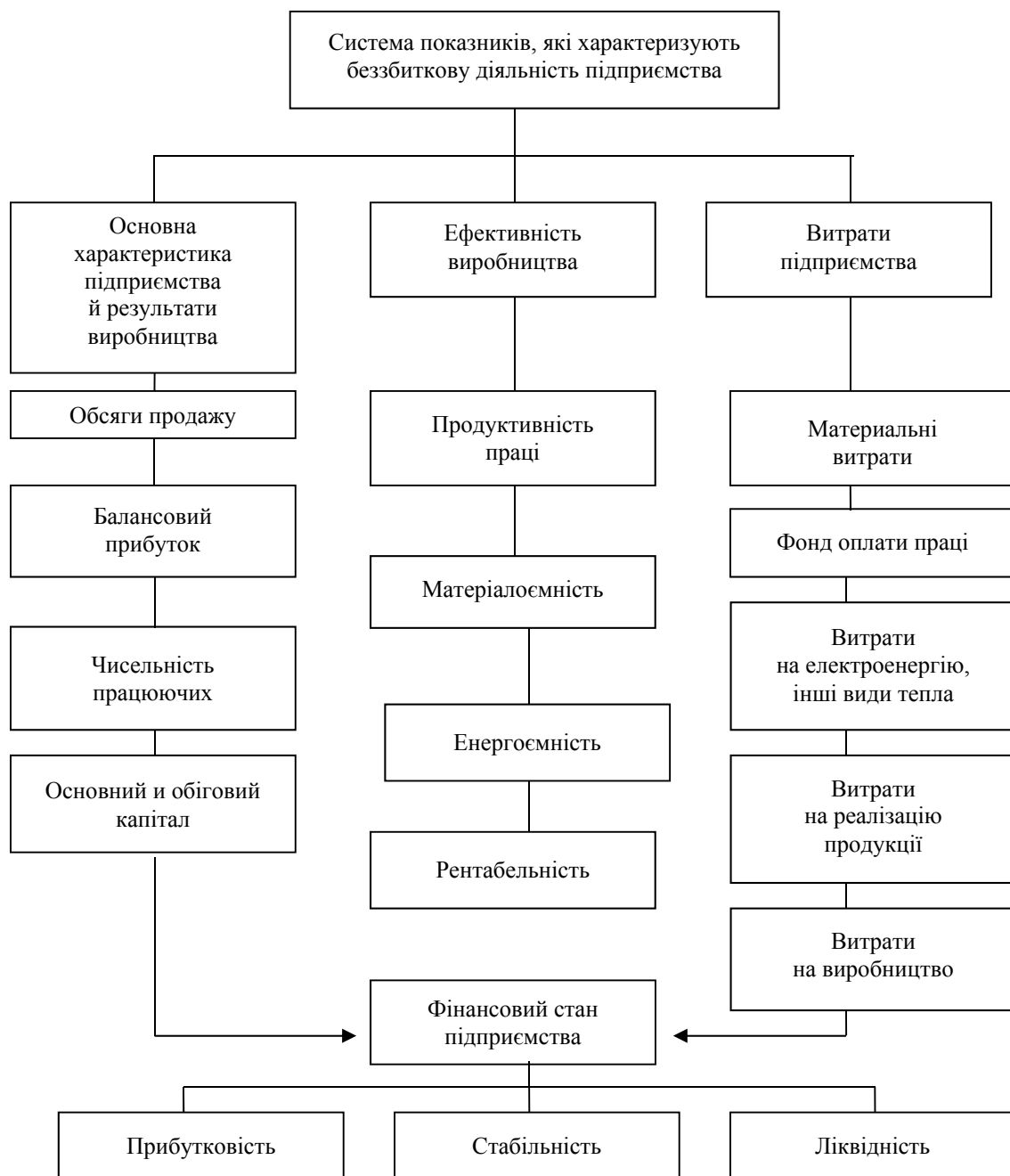


Рис. 1. Схема взаємозв'язку показників, які характеризують беззбиткову діяльність підприємства [13]

Підсистема контролінгу дозволяє вчасно виявляти й координувати зміни й відхилення від намічених показників, визначати причини таких тенденцій, розробляти напрямки вдосконалення обліку витрат на підприємстві й у загальному визначати відповідність стратегічних цілей розвитку підприємства. Підсистема контролінгу, у відмінності від контролю, використовуючи інформацію, отриману від інших підсистем фінансового менеджменту, повинна виявляти внутрішньогосподарські резерви поліпшення використання виробничо-фінансових ресурсів, забезпечувати оперативне маневрування ресурсами, капіталом з метою максимізації фінансового результату.

ВИСНОВКИ

У висновку можна відзначити, що функція управління прибутком повинна забезпечити одержання такого фінансового результату, який у подальшому дозволить підприємству реалізувати свою стратегію, досягти поставлених цілей, забезпечуючи економічний ріст і розвиток підприємства. Подальші розробки можна спрямувати на чітку побудову взаємозв'язку управління прибутком з підсистемами фінансового менеджменту, при розподілі обов'язків і інформаційних потоків між цими елементами, забезпечуючи компетентність у прийнятті управлінських рішень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Бланк И. А. Финансовый менеджмент : учебный курс / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр : Эльга, 1999. – 527 с.
3. Опарін В. М. Фінанси (Загальна теорія) / В. М. Опарін. – К. : КНЕУ, 2007. – 240 с.
4. Поддєрьогін А. М. Фінансовий менеджмент: підручник / кер. кол. авт. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін. – К. : КНЕУ, 2005. – 536 с.
5. Баканов М. И. Теория экономического анализа / М. И. Баканов, М. В. Мельник, А. Д. Шеремет. – 5-е изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 536 с.
6. Ковалев В. В. Финансы организаций (предприятий) / В. В. Ковалев, Вит. В. Ковалев. – М. : ТК Велби, Проспект, 2006. – 352 с.
7. Бригхем Юджин Ф. Финансовый менеджмент / Юджин Ф. Бригхем, Майкл С. Эрхгардт. – Спб : Питер, 2009. – 959 с.
8. Ткаченко Є. Ю. Управління формуванням прибутку в процесі господарської діяльності підприємств машинобудування : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01 / Є. Ю. Ткаченко. – Запоріжжя, 2006. – 20 с.
9. Гавловська Н. І. Планування прибутку підприємств в умовах ринкового реформування економіки (на прикладі підприємств машинобудування) : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01 / Н. І. Гавловська. – Хмельницький, 2005. – 22 с.
10. Ширягіна О. Є. Формування та використання прибутку підприємств : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.08 / О. Є. Ширягіна. – Київ, 2007. – 22 с.
11. Отпущеннікова О. М. Формування механізму управління прибутком підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01 / О. М. Отпущеннікова. – Луганськ, 2005. – 22 с.
12. Скубій О. Л. Організація і методи внутрішнього фірмового планування беззбитковості діяльності підприємства (на прикладі підприємств, що спеціалізуються на виробництві товарів народного споживання) : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01 / О. Л. Скубій. – Тернопіль, 2000. – 20 с.
13. Данилишин В. І. Організаційно-економічні механізми забезпечення беззбиткової діяльності підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01 / В. І. Данилишин. – Львів, 2005. – 20 с.
14. Финансовый менеджмент. Теория и практика : учебник / под ред. Е. С. Стояновой. – М. : Перспектива, 1999. – 656 с.