

ЗНАЧЕННЯ ПЛАНУВАННЯ ПРИБУТКУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Основною причиною зниження фінансово-господарських результатів національних торговельних підприємств більшість науковців називають невідповідність їх господарського механізму ринковим умовам господарювання, яка посилилася і найбільше проявилася внаслідок кризових явищ в економіці. Слід зазначити те, що практично усі вітчизняні торговельні підприємства мають проблеми внаслідок низького рівня управління результативністю діяльності, порівняно із закордонними торговельними мережами, які захоплюють споживчий ринок України. У цих умовах питання оцінки та планування прибутку у торгівлі набувають дедалі більшої актуальності.

Значення планування прибутку у процесі розвитку підприємств важко переоцінити. Проте, на сьогодні, якість планування в Україні загалом перебуває на дуже низькому рівні, що призводить до прийняття неналежно обґрунтованих управлінських рішень, а отже, до неочікуваних і нерідко небажаних результатів [2, с.30]. Водночас, належне якісне планування прибутку торговельного підприємства дає змогу забезпечити, з одного боку, фінансування його поточних витрат, податкових виплат, а з іншого – формування чистого прибутку як кінцевого фінансового результату, що забезпечує розвиток підприємства, утримання власників у цій сфері господарювання [1, с.49].

Дослідження практики планування прибутку торговельних підприємств України та узагальнення результатів наукових досліджень дали змогу автору наголошувати на тому, що цілі управління прибутком торговельного підприємства у сучасних умовах господарювання повинні тісно корелювати із стратегічними цілями його діяльності на плановий період. Якщо підприємство спрямоване на високі темпи розвитку, збільшення обсягу товарообороту, отримання частки ринку, максимізацію прибутку, то метою формування прибутку є високі темпи його зростання. Якщо підприємство стабілізує свою діяльність, то задовольняючись мінімальним рівнем рентабельності або просто беззбитковою діяльністю, управління прибутком має бути зосереджене на отриманні достатньої для забезпечення поточної платоспроможності суми. Натомість, якщо в основу діяльності підприємства покладено інтереси власників, то цільовою настановою формування прибутку є такі відносні показники, як рентабельність інвестованого чи власного капіталу [1, с.49; 4, с.409].

Варто звернути увагу на те, що на обсяг прибутку впливає значна кількість зовнішніх та внутрішніх чинників, дослідження і врахування впливу яких потрібно здійснювати у процесі оцінювання досягнутого рівня результативності торговельного підприємства. До

зовнішніх чинників в економічній літературі [1, 3] найчастіше відносять політичну стабільність, стан економіки, демографічну ситуацію, кон'юнктуру ринку, податкову та кредитну політику тощо. До внутрішніх чинників відносять обсяг комерційного доходу, розмір витрат на провадження торговельної діяльності, продуктивність праці робітників, оборотність товарних запасів тощо.

Цільова сума прибутку відповідає потребам підприємства у коштах для його виробничого та соціального розвитку. Її потрібно визначати методом прямого поелементного підрахунку за напрямками її використання: фінансування розвитку матеріально-технічної бази підприємства; фінансування приросту власних оборотних засобів; фінансові резерви; погашення довго- і короткострокових фінансових кредитів та інших видів кредитних зобов'язань; придбання кредитних зобов'язань, акцій, паїв інших підприємств; фінансування діяльності об'єднань тощо, членом яких є підприємство; здійснення соціального розвитку та заохочення трудового колективу [3, с. 179-180]. При цьому, величина цільового прибутку може знаходитися в інтервалі від точки беззбитковості до точки рівноваги, яка відповідає отриманню максимального прибутку. Для того, щоб отримати максимальний прибуток, підприємство має, з одного боку, визначити доцільність нарощування обсягів діяльності, а з іншого – розрахувати обсяг діяльності, що дає змогу його одержати. Оптимальну (максимальну) суму прибутку науковці пропонують визначати з використанням методу граничних величин шляхом зіставлення граничних доходів та граничних витрат обігу. Порівнюючи величину граничного доходу (додаткового доходу на одиницю обсягу товарообороту) з величиною граничних витрат обігу (додаткових витрат на одиницю товарообороту), визначають найбільшу величину граничного прибутку на одиницю товарообороту.

Розраховану суму цільового прибутку потрібно порівнювати з мінімальним та оптимальним прибутком. Результати планування прибутку за різними методами потрібно порівняти між собою та з можливостями одержання відповідного розміру прибутку. Досягнення збалансованості між необхідними та можливими обсягами планового прибутку забезпечується шляхом розроблення асортиментної та цінової політики та ресурсного забезпечення торговельного підприємства. Якщо така відповідність досягнута, то план прибутку затверджують та приймають до виконання. Якщо ж можливості підприємства в одержанні прибутку виявляються недостатніми, то необхідно розробити заходи для забезпечення одержання додаткового прибутку шляхом мобілізації невикористаних можливостей зростання доходів, раціонального використання ресурсів, зниження витрат або коригування суми цільового прибутку.

Процес планування прибутку торговельного підприємства повинен завершуватися комплексною ув'язкою його планової суми з системою планових показників: комерційним доходом, витратами обігу, обсягом товарообороту. Забезпечення балансового узгодження дає змогу впливати на фінансово-господарський результат через такі параметри діяльності торговельних підприємств, як: обсяг товарообороту та його товарно-групова й асортиментна структура; ціни реалізації товарів, умови та ціни закупівель товарів; величина та співвідношення постійних і змінних витрат.

Планування прибутку торговельного підприємства є однією з найбільш актуальних проблем фінансового менеджменту, оскільки він виступає одночасно як сукупний результат усіх видів діяльності підприємства, основа його самоокупності та джерело самофінансування, а тому планування прибутку, прогнозування інших фінансово-господарських показників, грошових потоків, потреби у грошових коштах, що базується на загальній моделі функціонування підприємства, зокрема і бухгалтерської. Тому, доцільно формувати прогнозний баланс, який має виконувати планово-стратегічну функцію у фінансовому управлінні.

З метою ефективного планування прибутку торговельних підприємств та прогнозування його можливого зростання необхідно мати дані про максимально досяжні обсяги продаж та прибутку.

Досить поширеною є ситуація, коли власники в якості стратегічних цілей висувають вимоги до розміру виручки, рентабельності та ліквідності. Для того щоб спланувати прибуток торговельного підприємства, на думку автора, необхідно визначити цільове призначення виручки від реалізації товарів, при цьому необхідно також зіставляти це значення з досяжними темпами зростання.

Література

1. Апопій В.В. Організація торгівлі : підручник / [В. В. Апопій, І. П. Міщук та ін.; за ред. Апопія В. В.]. – [3-тє вид.]. – К. : Центр навчальної літератури, 2009. – 632 с.
2. Бачевський Б.Є. Потенціал і розвиток підприємства : навч. посібн. / Б.Є. Бачевський, І.В. Заблудська, О.О. Решетняк. – К. : Центр навч. літ-ри, 2009. – 400 с.
3. Беляєва М.В. Економічний механізм регулювання підприємницької діяльності в торгівлі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / Харківський держ. ун-т харчування та торгівлі. – Харків, 2010. – 19 с.
4. Бланк И.А. Управление прибылью / И.А. Бланк. – К. : Изд-во «Ника-Центр», 2007. – 768 с.