

УДК 658.155

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Вороніна В. Л.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРИБЫЛЬЮ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Воронина В. Л.

IMPROVE MANAGEMENT OF COMMERCIAL ENTERPRISES PROFIT

Voronina V.

Розроблено модель управління операційним прибутком торговельних підприємств, що заснована на врахуванні чинників, які впливають на його величину, з використанням механізму операційного важеля (левериджу). Ця модель забезпечує оперативний облік результатів діяльності підприємства, дозволяє моделювати сукупність управлінських рішень при варіюванні змін чинників, що впливають на розмір прибутку з мінімальними витратами часу.

Ключові слова: прибуток; операційний важіль; модель оперативного управління прибутком.

Разработана модель управления операционной прибылью торговых предприятий, основанная на учете факторов, влияющих на его величину, с использованием механизма операционного рычага (левериджа). Эта модель обеспечивает оперативный учет результатов деятельности предприятия, позволяет моделировать совокупность управленческих решений при варьировании изменений факторов, влияющих на размер прибыли с минимальными затратами времени.

Ключевые слова: прибыль; операционный рычаг; модель оперативного управления прибылью.

1. Вступ

За сучасних умов розвитку економіки України господарюючі суб'єкти всіх сфер діяльності та всіх форм власності стикаються з нагальними проблемами – виживання за умов жорсткої конкуренції та наявності зовнішніх факторів, вплив яких швидко змінюється. Безперечно, для вирішення цих проблем кожне підприємство повинне спрямовувати всі свої зусилля на максимально ефективну діяльність, умовою та критерієм якої є наявність прибутку.

Прибуток є певним гарантом прогресу економічної системи, джерелом фінансових ресурсів, необхідних для розширення діяльності торговельного

підприємства, забезпечення його стійкості та конкурентоспроможності на ринку товарів і послуг. Саме на основі одержаного прибутку кожний економічний суб'єкт виконує свої функції, спрямовуючи кошти на власний розвиток та соціальні потреби. Роль та значення прибутку у забезпеченні ефективного функціонування та розширеного відтворення зумовлює необхідність розробки теоретичних засад та практичних рекомендацій щодо формування системи управління прибутком підприємств торгівлі [1].

2. Аналіз літературних даних та постановка проблеми

Окремі теоретичні та практичні аспекти оцінки та управління прибутком торговельних підприємств відображені у працях вітчизняних та зарубіжних учених-економістів, серед яких: Л. Балабанова, С. Баранцева, В. Блонська, Р. Валевиц, Н. Власова, Л. Донець, К. Заров, Л. Лігоненко, А. Мазаракі, Б. Мізюк, Н. Міценко, Л. Омелянович, О. Пігунова, А. Садеков, Н. Ушакова, О. Хістева, В. Худа, Л. Чорна та ін. Проблеми стратегічного управління, формування і використання прибутку підприємства досліджували науковці України і зарубіжжя, а саме: Г. Азгальдова, А. Бабо, І. Бланк, Л. Бадалова, О. Гончар, Б.Данилишин, Дж. Джуран, С. Дорогунцова, І. Кац, Г. Крамаренко, М. Коробов, А. Маршалов, О. Орлов, А. Поддєрьогін, С. Покропивний, М. Чумаченко, А. Шеремет. Вагомий внесок у розв'язання проблем функціонування та розвитку торговельних підприємств зробили такі відомі вітчизняні вчені, як: В. Апопій, Г. Башнянин, Ю. Дайновський, В. Єлейко, В. Загорський, І. Маркіна, В. Марцин, К. Палагута, Л. Саркісян, М. Федотова, Ф. Хміль, В. Шевчук, О. Шубін та ін. [1-16].

Водночас, не дістала належного висвітлення низка принципово важливих питань, пов'язаних з обґрунтуванням концептуальних аспектів формування системи управління прибутком торговельного підприємства. Недостатньо розроблено методичні підходи до оцінки стану системи управління прибутком, обґрунтування та вибору стратегії управління та планування прибутку економічного суб'єкта торговельної сфери.

3. Об'єкт, ціль та задачі дослідження

Об'єктом дослідження є процес управління прибутком торговельних підприємств. Основою ефективного управління прибутком підприємств торгівлі мають стати взаємозв'язки головних елементів їх господарського механізму, що об'єктивно формуються. Важливу роль у цьому плані відіграють функціональні залежності між обсягом товарообігу як у грошовому (вартісному), так і в натуральному (фактичному) вираженні, цінами на товари, витратами обігу та прибутком. Завдяки застосуванню цієї залежності можна контролювати господарський результат торговельних підприємств, зокрема такі параметри, як: асортиментна та товарно-групова структура, обсяг товарообігу; вартість реалізованої продукції; ціни та умови закупівель товарів; співвідношення й величина змінних і постійних витрат обігу.

Виявлення і використання резервів зростання прибутку у цій ситуації є важливим завданням, виконанню якого, на думку автора, буде сприяти

вдосконалення управління прибутком за допомогою факторного моделювання.

Метою дослідження є обґрунтування теоретико-методичних положень і розробка практичних рекомендацій щодо управління прибутком торговельних підприємств.

Для досягнення поставленої мети було сформульовано і виконано наукові завдання:

- розробити методичний підхід до оцінки стану системи управління прибутком торговельних підприємств;
- обґрунтувати методичний підхід до управління операційним прибутком підприємств торгівлі.

4. Матеріали та методи дослідження теоретико-методичних положень і розробка практичних рекомендацій підвищення ефективності управління прибутком торговельних підприємств

Теоретичним підґрунтям дослідження стали наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених. Дослідження базувалося на використанні системного підходу до вивчення економічних явищ, зокрема, на фундаментальних положеннях економічної теорії, методології економічного аналізу, науки управління. У процесі роботи використано сукупність як загальнонаукових, так і спеціальних методів пізнання: логічного узагальнення, аналізу, порівняння та синтезу; структурного, факторного, кореляційного аналізу; комплексної оцінки формування і використання прибутку; стратегічного та структурно-функціонального аналізу; економіко-математичного моделювання.

Операційний важіль (або леверидж) є категорією операційного аналізу, яка визначає силу впливу змін маржинального доходу на фінансові результати від реалізації (до складу якої входять відсотки за використання кредитних ресурсів і податки). У фінансовому та операційному менеджменті виокремлюють два підходи до оцінювання левериджу (операційного важеля) [11-13]:

1) сила впливу є співвідношенням фінансового результату від реалізації (операційного прибутку) та маржинального доходу. Цей показник визначає у скільки разів маржинальний дохід перевищує відповідний фінансовий результат;

2) відношення процентної зміни прибутку до виплати відсотків до процентної зміни обсягу продажів і податків і відображає ефект операційного левериджу. Він визначає залежність від змін розміру виручки інтенсивності зміни результативного показника.

У той же час, чим вище значення обох показників, тим більший ризик, що пов'язаний із цим підприємством. В умовах несталого рівня цін (у тому числі цін закупівлі, для яких характерна мінливість, яка впливає на собівартість) і попиту на реалізовані товари, існує високий рівень постійних витрат, а це, відповідно, збільшує підприємницький ризик і визначає силу дії операційного важеля.

Механізм використання операційного важеля (левериджу) залежить від

чинників, які, порівняно з базовим періодом, впливають на зміну виручки у плановому періоді: зміна рівня цін, або зміна натурального обсягу товарообороту торговельного підприємства, або сукупний вплив цих чинників. Отже, операційний леверидж виражається не одним, а щонайменше двома показниками, один із яких розраховується на випадок, коли у плановому періоді змінюються лише ціни на реалізовані товари, другий — виключно для випадку зміни натурального обсягу продажів. У першому випадку це буде визначатися поняттям цінового операційного важеля (левериджу), а у другому – натурального.

Ціновий операційний важіль (леверидж) (ЛЦ) дорівнює відношенню базисної виручки до базисного прибутку від продажу. Механізм цінового операційного важеля функціонує навіть за умов збитковості продажів у плановому або базисному періоді.

Натуральний операційний важіль (леверидж) (ЛН) – це відношення виручки від продажів базисного періоду, зменшеної на змінні витрати того ж періоду, до базисної виручки від продажів, або відношення маржинального прибутку до прибутку від продажів у базисному періоді.

Операційний важіль (леверидж), на нашу думку, є універсальним інструментом щодо прийняття управлінських рішень, оскільки дозволяє враховувати показники діяльності підприємства у взаємозв'язку.

К. Г. Заров запропонував визначати відносну зміну прибутку за допомогою індексів зміни ціни реалізації товарів і натурального (фізичного) обсягу реалізації товарів за формулою (1) [14]:

$$I_{\text{ПРИБ}} = OB_{\text{Ц}} \times I_{\text{Ц}}(1 + I_{\text{Н}}) + OB_{\text{Н}} \times I_{\text{Н}}, \quad (1)$$

де: $I_{\text{ПРИБ}}$ – індекс зміни прибутку від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг);

$OB_{\text{Ц}}$ – ціновий операційний важіль;

$I_{\text{Ц}}$ – індекс зміни ціни реалізації (товарів, робіт, послуг);

$I_{\text{Н}}$ – індекс зміни натурального (фактичного) товарообороту;

$OB_{\text{Н}}$ – натуральний операційний важіль.

Формула (1) дозволяє встановити рівень одного з індексів, якщо заданий інший індекс і визначений плановий прибуток від продажу; значення індексів, що забезпечують критичний обсяг продажу [14]. На нашу думку, розглянута формула не відображає усіх чинників, які можуть вплинути на індекс прибутковості.

Автором пропонується модифікувати формулу (1), пов'язавши її з такими чинниками, як вплив змінних і постійних витрат обігу.

$$\Delta \text{Пр} = B_{\text{Б}} \times (1 + I_{\text{Ц}}) \times (1 + I_{\text{Н}}) - 3B_{\text{Б}} \times (1 + I_{\text{ЗВ}})(1 + I_{\text{Н}}) - \text{ПВ}_{\text{Б}}(1 + I_{\text{ПВ}}) - (B_{\text{Б}} - 3B_{\text{Б}} - \text{ПВ}_{\text{Б}}), \quad (2)$$

де: $\Delta \text{Пр}$ – абсолютна зміна прибутку;

$B_{\text{Б}}$ – виручка базового періоду;

$ЗВ_B$ – змінні витрати обігу базового періоду;
 $I_{ЗВ}$ – індекс зміни змінних витрат обігу;
 $ПВ_B$ – постійні витрати обігу базового періоду;
 $I_{ПВ}$ – індекс зміни постійних витрат обігу.

Поєднавши ці дві формули в одну, ми отримаємо узагальнену формулу для визначення індексу прибутку залежно від зміни індексів ціни ($I_{Ц}$), обсягу реалізації, змінних і постійних витрат [15]. Формула (3) буде виглядати наступним чином:

$$I_{\text{пр}} = OB_{Ц} \times I_{Ц} (1 + I_H) + OB_H \times I_H + (OB_H - OB_{Ц}) \times I_{ЗВ} \times (1 + I_H) + (1 - OB_H) \times I_{ПВ}. \quad (3)$$

Автор пропонує використовувати таке поняття як «коефіцієнт маржинального прибутку», який дорівнює відношенню маржинального прибутку до виручки, з якого можна вивести співвідношення, яке дозволить поєднати коефіцієнт маржинального прибутку і значення натурального та цінового операційного важеля:

$$K_{\text{МП}} = \frac{OB_H}{OB_{Ц}}. \quad (4)$$

Отже, підставивши коефіцієнт у формулу (3), отримаємо:

$$I_{\text{пр}} = \left(\left(\frac{OB_H}{K_{\text{МП}}} \right) \times I_{Ц} \times (1 + I_H) \right) + OB_H \times I_H + \left(OB_H \times \left(1 - \frac{1}{K_{\text{МП}}} \right) \times (1 + I_H) \times I_{ЗВ} \right) + ((1 - OB_H) \times I_{ПВ}). \quad (5)$$

5. Результати досліджень запропонованої моделі управління операційним прибутком торговельних підприємств

Щоб переконатися у точності моделі, розглянемо її на умовному прикладі даних магазину № 1 у табл. 1.

Таблиця 1

Показники, що впливають на прибутковість магазину № 1 у 2013 – 2014 рр.

Показники	Рік		Темп приросту	Відхилення (+, –), %
	2013	2014		
Доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн	90092,50	85850	0,953	– 4,71
Товарооборот натуральний (фактичний), шт.	24200	22770	0,941	– 5,91
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн	76850,90	73480	0,956	– 4,4
Витрати змінні ($B_{ЗМ}$), тис. грн	44770	42400	0,947	– 5,3

Маржинальний прибуток, тис. грн	45322,50	43450	0,959	– 4,1
Витрати постійні (В _п), тис. грн	32300	33480	1,037	+ 3,7
Прибуток від реалізації, тис. грн	13241,61	12370	0,934	– 6,5823
Ціновий операційний важіль	6,80	6,94	1,020	+ 2,0
Натуральний операційний важіль	3,42	3,51	1,026	+ 2,6
Коефіцієнт маржинального прибутку (К _{мп})	0,503	0,506	1,006	+ 0,6

Перевіримо правильність запропонованої автором моделі, підставивши у формулу (5) дані табл. 1. Отже, враховуючи лише зміну цін (індекс цін на даному підприємстві – 1,27), отримаємо:

$$\left(\frac{3,42}{0,503} \times 1,0127 \right) \times (1 - 0,0591) = 6,479.$$

Далі розрахуємо вплив кожного чинника аналогічно. Врахувавши вплив усіх чотирьох чинників, розрахунок за методикою матиме такий вигляд:

$$I_{np} = \left(\frac{3,42}{0,503} \times 1,0127 \times (1 - 0,0591) \right) + 3,42(-0,0591) + 3,42 \times \left(1 - \frac{1}{0,503} \right) \times (-0,053) \times (1 - 0,0591) + ((1 - 3,42) \times 1,037) \times 100\% = 0,9342\%.$$

Практичне застосування розробленої моделі, яка забезпечує оперативний облік результатів діяльності підприємства, дозволяє моделювати сукупність управлінських рішень при варіюванні змін чинників, що впливають на розмір прибутку з мінімальними витратами часу. На відміну від існуючого методу «прямого рахунку», вона дозволяє оперативно і з меншими трудовитратами отримувати інформацію щодо планової величини прибутку за умови виключення умовностей і суб'єктивізму у частині розподілу постійних витрат [16].

За результатами практичної апробації розробленої моделі на прикладі даних магазину № 1 визначено вплив кожного та всієї сукупності чинників на величину операційного прибутку (табл. 2) та підтверджено доцільність використання запропонованої методики з метою обґрунтування рішень щодо оперативного управління прибутком торговельного підприємства, враховуючи, при цьому, можливі зміни у зовнішньому середовищі підприємства. Доведено, що показники операційного важеля можуть бути рекомендовані як основні критерії для стратегічного управління прибутком господарюючих суб'єктів торговельної галузі та планування їх фінансового результату.

Таблиця 2

Результати розрахунку впливу чинників на величину операційного прибутку магазину № 1

Чинники, що впливають на прибуток	Зміна прибутку
-----------------------------------	----------------

$I_{\text{ц}}$	$I_{\text{н}}$	$I_{\text{зв}}$	$I_{\text{пв}}$	
1,27	—	—	—	6,479
1,27	0,941	—	—	3,261
1,27	0,941	0,947	—	0,7442
1,27	0,941	0,947	1,037	0,9342 (– 6,58 %)

За даними табл. 2 для підтвердження правильності запропонованої моделі та доцільності її до впровадження у практичну діяльність торговельного підприємства, проведемо розрахунок.

Прибуток у 2013 р. становив 13241,605 тис. грн, а у 2014 р. 12370 тис. грн, тобто темп приросту прибутку становив: $\frac{12370}{13241,605} = 0,934$ (тобто прибуток зменшився на 6,5823 %), що відповідає результату, отриманому за запропонованою методикою:

$$PP_{\text{пл}} = 13241,605 - (13241,605 \times 0,0658) = 12370 \text{ тис. грн.}$$

6. Обговорення результатів дослідження запропонованої моделі управління операційним прибутком торговельних підприємств

Отримана точність результатів (зменшення величини прибутку на 6,5823 і 6,58 % відповідно) підтвердила доцільність використання запропонованої методики для визначення змін операційного прибутку під впливом усієї сукупності чинників і кожного з них окремо, що дозволить оцінювати різні варіанти управлінських рішень щодо оперативного управління прибутком торговельного підприємства з врахуванням можливих змін зовнішнього середовища торговельного підприємства та обирати оптимальну тактику розвитку з найменшими витратами часу та трудових ресурсів.

Рівність значення прибутку, що отримане за запропонованою методикою та проведене натуральним підрахунком, доводить її придатність.

7. Висновки

Запропонована автором оптимізаційна модель дає можливість дослідити взаємозв'язок величини операційного прибутку і чинників, що впливають на нього, встановлювати закономірність зміни прибутку під впливом усієї сукупності чинників і кожного з них окремо, розробляти різні варіанти управлінських рішень з метою оперативного управління прибутком підприємства, ураховуючи, при цьому, моделювання можливих перспектив розвитку зовнішнього середовища підприємства. Отже, показники операційного важеля можуть бути рекомендовані як основні критерії для стратегічного управління прибутком торговельних підприємств та планування фінансового результату.

Література

1. Вороніна В. Л. Сутність та функції прибутку в умовах сучасного економічного росту країни / В. Л. Вороніна // Збірник наукових праць ЧДТУ.

Серія: Економічні науки: у 3-х ч. – Черкаси : ЧДТУ, 2013. – Вип. 33. – Ч. III. – С. 202–205.

2. Бабо А. Прибыль / Бабо А.; [пер. С франц. Е. П. Островской]. – [4-е изд., испр.]. – М.: Издат. Группа «Прогресс»: «Универс», 1993. – 175 с.

3. Баранцева С. Стратегія управління прибутком як регулятор діяльності підприємства / С. Баранцева // Торгівля і ринок України : зб. наук. праць. – Донецьк : ДонНУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2008. – № 14. – Т. 2. – С. 81-86.

4. Гончар О.І. Формування ланцюжка вартості підприємств роздрібної торгівлі як основи управління конкурентоспроможністю / О.І. Гончар // Формування ринкових відносин в Україні. – 2010. – № 10 (113). – С. 170-175.

5. Донець Л. І. Управління формуванням прибутку підприємства в умовах ринкових форм господарювання : монографія / Л. І. Донець, С. М. Баранцева. – Донецьк : ДонНУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2009. – 255 с.

6. Мазаракі А. А. Торговельне підприємство: стратегія, політика, конкурентоспроможність: монографія / А. А. Мазаракі, Д. М. Пшеслінський, І. В. Смолін. – К : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 384 с.

7. Мазаракі А.А. Економіка торговельного підприємства / А.А. Мазаракі, Л.О. Лігоненко, Н.М. Ушакова. – К. : Вид-во КНТЕУ, 2001. – 800 с.

8. Мізюк Б.М. Економічний потенціал торговельного підприємства: структура, оптимізація, стратегічне управління / Б.М. Мізюк, О.О. Ільчук, С.Т. Дуда. – Львів : Вид-во Львівської КА, 2011. – 260 с.

9. Міценко Н. Г. Ефективність і результативність діяльності торговельного підприємства: оцінка та планування / Н. Г. Міценко, І. П. Міщук // Науковий вісник : зб. наук.-техн. праць. – Львів: НЛТУУ, 2012. – Вип. 22.8. – С. 260-269.

10. Чорна М. В. Управління конкурентоспроможністю підприємств роздрібної торгівлі: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій : монографія / М. В. Чорна. – Харків : Харківський держ. ун-т харчув. та торг., 2010. – 427 с.

11. Бланк И. А. Финансовый менеджмент / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр, 2004. – 655 с.

12. Блонська В. І. Засоби підвищення ефективності використання трудового потенціалу / В. І. Блонська, О. М. Лега // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.18. – 400 с.

13. Власова Н. О. Ефективність формування фінансових результатів підприємств роздрібної торгівлі: монографія / Н.О. Власова, І.Ю. Мелушова. – Харків : Харківський держ. ун-т харчув. та торг., 2008. – 259 с.

14. Заров К. Г. Операционный левередж как универсальный инструмент управленческих решений / К. Г. Заров // Финансовый менеджмент. – 2006. – № 1. – С. 14-19.

15. Вороніна В. Л. Удосконалення управління прибутком торговельних підприємств / В. Л. Вороніна // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки». – 2012. – № 3 (54). – С. 151–157.

16. Воронина В. Л. Оптимизация управления прибылью торговых

предприятий на основе разработки комплексной системы управления прибылью / И. А. Маркина, В. Л. Воронина // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2013. – № 3 (24). – С. 35–39.