

КОНЦЕПТУАЛЬНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ЇЇ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Автор трактує систему управління прибутком як комплексну, інтегровану в загальну концепцію управління підприємством систему, орієнтовану на виконання тактичних і стратегічних завдань, у якій передбачається можливість моделювання альтернативних варіантів їх виконання на основі виявлення та аналізу чинників, що впливають на обсяг прибутку, з метою досягнення певного рівня конкурентоспроможності й іміджу підприємства з урахуванням його потенційних можливостей і обмежень зовнішнього середовища. Розглянуто необхідність організації обліково-аналітичного забезпечення системи управління прибутком торговельних підприємств.

Ключові слова: прибуток, торговельні підприємства, система управління, обліково-аналітичне забезпечення.

Воронина В. Л. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРИБЫЛЬЮ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ И ОРГАНИЗАЦИИ ЕЕ УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

Автор трактует систему управления прибылью как комплексную, интегрированную в общую концепцию управления предприятием систему, ориентированную на выполнение тактических и стратегических задач. В этой системе предусматривается возможность моделирования альтернативных вариантов их исполнения на основе выявления и анализа факторов, влияющих на объем прибыли, с целью достижения определенного уровня конкурентоспособности и имиджа предприятия с учетом его потенциальных возможностей и ограничений внешней среды. Рассмотрена необходимость организации учетно-аналитического обеспечения системы управления прибылью торговых предприятий.

Ключевые слова: прибыль, торговые предприятия, система управления, учетно-аналитическое обеспечение.

Voronina V. L. CONCEPTUAL ASPECTS OF CONTROL SYSTEM OF PROFIT COMMERCIAL ESTABLISHMENT AND ORGANIZATION OF ITS ACCOUNTING AND ANALYTICAL SUPPORT

The author treats the system as comprehensive profit management, integrated into the overall concept of enterprise management system that focuses on the implementation

of tactical and strategic objectives, which envisages the possibility of modeling alternatives of their performance by identifying and analyzing the factors that influence the amount of profit in order to achieve a certain competitiveness and company image considering its potential and limitations of the environment. The necessity of accounting and analytical support system of profit commercial enterprises.

Keywords: profit, commercial enterprises, system management, accounting and analytical support.

Постановка проблеми. Зміст будь-якої підприємницької діяльності полягає у досягненні економічного ефекту у вигляді прибутку. Нині в Україні в умовах реформування економіки спостерігається тенденція до значного зниження рівня рентабельності, що означає збитковість багатьох підприємств. З огляду на це, для ефективного управління підприємством необхідно вдосконалити методи оцінки та прогнозування прибутку, що є актуальним для розвитку та діяльності підприємства. Чим більше уваги приділяється цій економічній категорії, тим ефективніше функціонує підприємство. Для нормального функціонування будь-якої ланки ринкової економіки потрібно, щоб учасники, приймаючи рішення, мали достовірну та об'єктивну інформацію про майно, фінансове становище, результати роботи (прибутки чи збитки), а також про процеси їх формування як на власному підприємстві, так і у партнерів, на підставі попередніх даних. Таку інформацію надає тільки бухгалтерська система обліку. Впровадження цілісної системи управління прибутком на сучасному торговельному підприємстві потребує кардинальних змін в організаційно-методичній структурі бухгалтерського обліку для задоволення потреб внутрішніх користувачів – управлінців.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі теоретичні та практичні аспекти формування системи управління прибутком торговельного підприємства відображені у працях вітчизняних і закордонних учених-економістів. Серед науковців, які звертались до проблем оцінки та управління прибутком торговельних підприємств, варто згадати: Л. Балабанову, С. Баранцеву, В. Блонську, Р. Валевиц, Н. Власову, Л. Донець, Л. Лігоненко, А. Мазаракі, Б. Мізюка, Н. Міценко, Л. Омелянович, О. Пігунову, А. Садекова,

Н. Ушакову, О. Хістєву, В. Худу, Л. Чорну та ін. Дослідженнями бухгалтерського обліку саме в торговельній галузі України займалися Ф. Бутинець, Л. Котенко, М. Кужельний, Ю. Осадчий, Ю. Верига, Н. Грабова, В. Сопко та ін. Російські автори М. Симонова, Є. Гєворкян, Б. Івашкін, Г. Ніколаєва, О. Сушонкова, В. Каримов та інші. Але ж питання організаційної побудови обліку з урахуванням потреб менеджменту торговельних підприємств в економічній літературі не піднімалося. Автори С. Сисоєва, О. Бузова та В. Снегірьова розглядають менеджмент тільки з погляду управління, проте обліковому аспекту цього питання увага в публікаціях не приділяється.

Постановка завдання. Важливість показника прибутку визначає його роль у системі управління підприємством. Будь-які рішення у сфері організації виробництва, технічного розвитку підприємства, маркетингу, розширення і диверсифікації діяльності, управління персоналом, логістики та матеріально-технічного забезпечення, структури та реорганізації підприємства, фінансового управління та обґрунтування джерел фінансування інвестиційних проектів і виконання поточних завдань, у кінцевому рахунку відображаються у зміні розміру прибутку.

У цих умовах процес управління прибутком як багатофункціональним синтетичним показником, стає найважливішим процесом, який необхідно постійно вдосконалювати та адаптувати до змінного середовища.

З метою розроблення теоретичних підходів і практичних рекомендацій щодо формування системи управління прибутком торговельного підприємства, необхідно чітко обґрунтувати та з'ясувати сутність поняття «управління прибутком торговельного підприємства» та обґрунтувати необхідність та побудову структурної організації обліково-аналітичного забезпечення системи управління прибутком торговельних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Управління – це сукупність прийомів, форм і методів цілеспрямованого впливу на об'єкт з метою досягнення конкретних цілей [3, с. 126]. Детальне вивчення існуючих підходів до розуміння специфіки управління прибутком саме торговельних підприємств

дає підстави констатувати, що ця сфера досліджень на сьогодні є доволі дискусійною. Зокрема, на думку І. О. Бланка, управління прибутком є процесом розроблення і прийняття управлінських рішень за всіма основними аспектами його формування, розподілу і використання [3, с. 456]. Аналогічної точки зору притримується і В. В. Худа: «Управління прибутком являє собою цілеспрямований, систематичний процес підготовки, оцінки, відбору та реалізації альтернативних управлінських рішень з усіх питань його формування, розподілу та використання на конкретному торговельному підприємстві» [11, с. 145]. Формулюючи сутність управління прибутком у такий спосіб, автори акцентують увагу на процесі розроблення та прийняття управлінських рішень упродовж формування, розподілу та використання прибутку, тобто на поточних цілях досягнення максимального кінцевого результату підприємства в короткотерміновому періоді.

Врахувати тактичні та стратегічні аспекти управління запропонувала В. І. Блонська. На її думку, управління прибутком підприємства потрібно розуміти як побудову системи управління, що враховує тактичні та стратегічні аспекти управління та спрямована на підвищення кінцевих результатів діяльності суб'єкта господарювання, яка розглядається як сукупність взаємопов'язаних елементів, кожен із яких виконує певну роботу, спільна дія яких забезпечує досягнення механізму отримання прибутку заданої величини [4, с. 92]. Безумовно, основною метою управління прибутком підприємства є максимізація та оптимізація абсолютної величини чистого прибутку та забезпечення стабільності його формування у часі. Очевидно також, що в умовах негативних тенденцій розвитку української економіки, застосування елементів прогнозування та врахування тактичних і стратегічних підходів до управління є позитивним моментом. Однак прибутком, зазвичай, вважають як короткотерміновий показник, тому як критерій ефективності ведення господарської діяльності варто поряд із прибутком розглядати вартість підприємства та вести мову про капіталізацію підприємства. Категорію вартості у цьому випадку потрібно трактувати як консолідований критерій доцільності запровадження управлінських рішень, що являє собою

систему показників, які дають змогу оцінювати діяльність розроблених керівниками заходів фінансового, операційного й інвестиційного характеру, визначати ефективність діяльності підприємств і управляти їх розвитком, враховуючи інтереси власників [4, с. 93].

Аналіз теорії та практики управління підприємствами показав, що необхідно в управлінні прибутком дотримуватися регулятивних принципів [1, 2]:

- принцип об'єктивної необхідності. Питання про необхідність системи управління прибутком безпосередньо пов'язане з існуванням підприємства, його діяльністю, яка орієнтована на прибуток;

- принцип безперервності. Діяльність торговельних підприємств має безперервний характер товарообігу, тому система управління результатами цієї діяльності повинна функціонувати постійно;

- принцип системності. Кожне управлінське рішення у галузі формування прибутку прямо або опосередковано впливає на його рівень. При цьому треба враховувати взаємозв'язок таких рішень, тому що цей вплив може бути різноспрямованим;

- принцип інтеграції. Передбачає узгодженість цілей системи управління прибутком і стратегічних цілей розвитку підприємства. Неузгодженість короткострокових і довгострокових цілей виникає через розрив у часі їх реалізації і виявляється у втраті потенціалу підприємства, який забезпечує не тільки життєздатність підприємства, але і можливості його перспективного розвитку. Крім того, прибуток являє собою результат господарської діяльності підприємства, отже, процес управління ним зачіпає всі аспекти діяльності, що визначає необхідність інтеграції системи управління прибутком у загальну організаційну систему управління підприємством;

- принцип оптимальності. Розробка управлінського рішення повинна бути спрямована на досягнення найбільшого економічного ефекту при існуючих ресурсних обмеженнях. Однак вибір оптимальних управлінських рішень приймається в умовах багатоваріантності та самостійно підприємством на основі критерію оптимальності;

– принцип відповідальності. Побудова системи управління прибутком відповідно до організаційної структури дозволить пов'язати діяльність кожного підрозділу з відповідальністю конкретних суб'єктів управління і оцінити внесок кожного підрозділу у загальні результати діяльності підприємства;

– принцип інформаційної забезпеченості. Якість будь-якого управлінського рішення, у тому числі у сфері управління прибутком, визначається поінформованістю суб'єкта управління, як про зовнішнє, так і про внутрішнє середовище підприємства, тому ефективність кожної керуючої системи значною мірою залежить від якості використовуваної нею інформаційної бази.

Відповідно до принципу інтегрованості, організаційне забезпечення системи управління прибутком повинно відповідати загальній системі управління прибутком, що дозволяє знизити загальний рівень управлінських витрат, забезпечити узгодженість дій систем управління та підвищити ефективність контролю за прийнятими рішеннями.

У дослідженнях вітчизняних і зарубіжних економістів [1, 2, 5, 8] управління прибутком розглядається як процес прийняття відповідних управлінських рішень, не відображаючи того, що до процесу управління прибутком необхідно підходити як до системи. Нами обґрунтовано, що до процесу управління прибутком необхідно підходити як до системи. При цьому систему управління прибутком автор розглядає як одну з підсистем управління підприємством, функціями якої є виявлення та аналіз чинників, що впливають на розмір прибутку, визначення резервів його підвищення та формування стратегії його використання для досягнення певного рівня конкурентоздатності та іміджу підприємства з урахуванням його потенційних можливостей і обмежень зовнішнього середовища.

Стратегічна орієнтація системи управління прибутком полягає у визначенні перспективних орієнтирів діяльності підприємства на основі аналізу, оцінки та прогнозування стану ринкового середовища, визначення рівня одержуваного прибутку і можливостей управління ним з метою його підвищення на основі використання внутрішніх важелів.

Зважаючи на вищезазначене, пропонуємо модель управління прибутком, що

представлена на рис. 1.

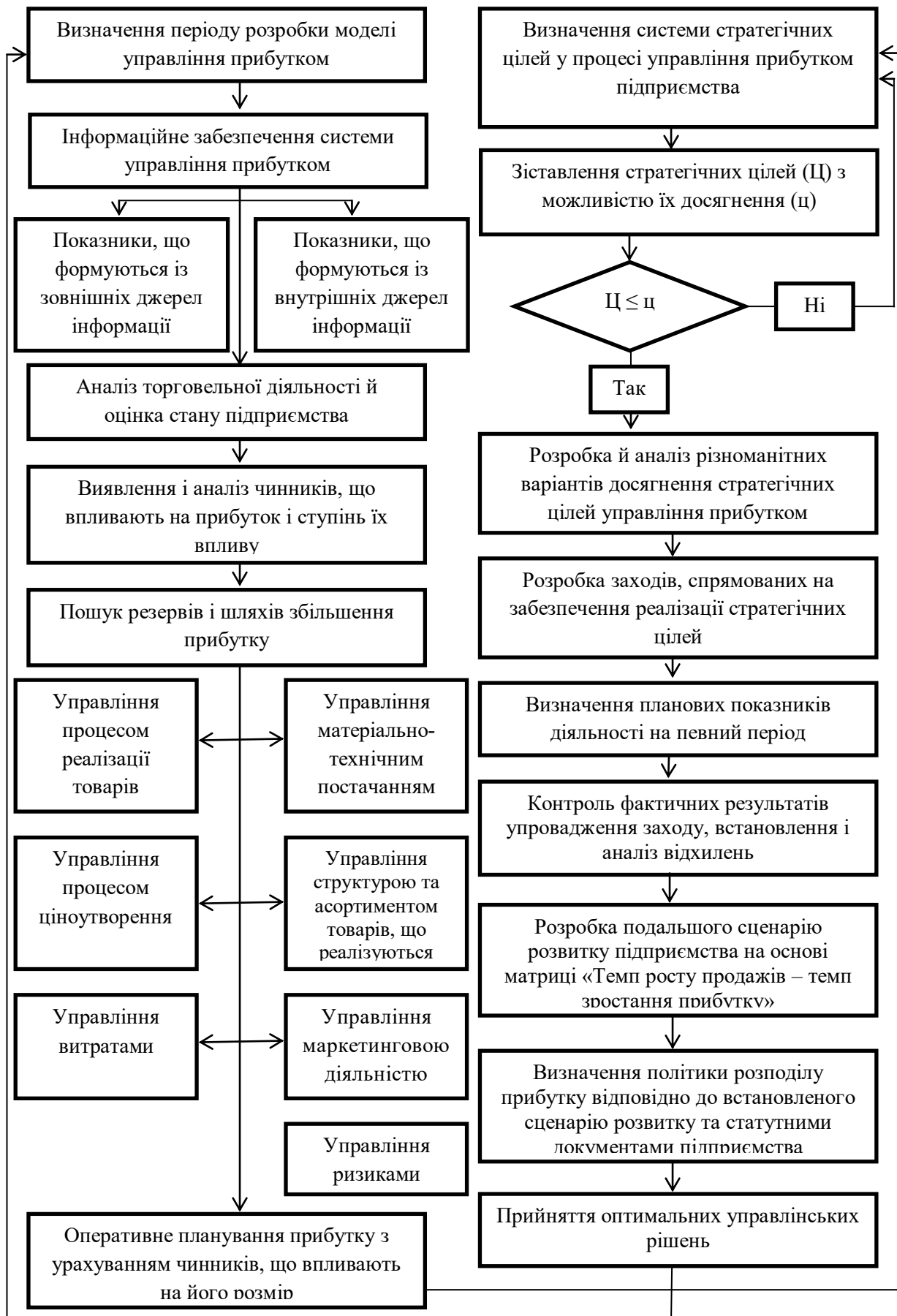


Рис. 1. Модель управління прибутком підприємства [систематизовано автором на основі 5, 8]

Система управління прибутком формується у межах підприємства, регламентуючи ті чи інші управлінські рішення. Низка аспектів щодо формування, розподілу та використання прибутку може регламентуватися вимогами статуту, системою внутрішніх нормативів і вимог, тобто цільовою політикою управління прибутком.

Одним із основоположних елементів управління прибутком є розробка альтернативних варіантів рішення тактичних і стратегічних завдань, а також можливість моделювання альтернативних варіантів у концепції інтегрованого управління прибутком із загальною системою управління підприємством.

На підприємствах роздрібно́ї торгівлі управління прибутком найчастіше здійснюється лише на короткостроковий період з метою визначення прибутку, який забезпечить обсяг реалізації товарів відповідно до купівельної спроможності населення. При цьому використовується лише функція його тактичного планування, що не дозволяє знаходити резерви запобігання негативному впливу чинників на прибуток і використовувати можливості досягнення більш ефективної діяльності підприємства у стратегічній перспективі.

При формуванні системи управління прибутком нами виокремлені наступні елементи :

Управління процесом реалізації товарів. Управління процесом реалізації товарів є одним із основних елементів системи управління прибутком торговельного підприємства;

Управління постачанням. Раціональна організація постачання і збуту значною мірою зумовлює на підприємстві підвищення оборотності товару, зростання продуктивності праці, зниження ціни реалізації товарної продукції, збільшення прибутку та рентабельності.

Основним завданням підприємства з організації та управління постачанням є своєчасне, безперебійне та комплексне постачання підприємства всіма необхідними матеріальними ресурсами для здійснення торговельного процесу. При цьому сам процес постачання має здійснюватися при мінімальних транспортно-складських витратах і найкращому використанні матеріальних

ресурсів на підприємстві.

У процесі торговельної діяльності будь-яке підприємство витрачає різні види ресурсів: матеріальні, нематеріальні, трудові та фінансові. Матеріальні, нематеріальні та фінансові активи формують операційні активи, тобто це майно підприємства, що належить йому на правах власності або контролюваного ним.

Значний обсяг коштів, авансованих в операційні активи, різноманіття їх видів і форм, пріоритетна їх роль у забезпеченні операційного процесу та низки інших умов, визначають складність завдань з управління ними в процесі здійснення діяльності підприємства. Для формування механізму такого управління на підприємстві розробляється спеціальна політика. Політика управління операційними активами являє собою складову частину загальної політики управління прибутком підприємства, що полягає в оптимізації структури цих активів і раціоналізації їх обороту з метою підвищення потенціалу формування прибутку.

Здійснення діяльності неможливе без постійної участі живої праці, тому важлива частина в управлінні ресурсами належить управлінню персоналом. Головна мета управління персоналом полягає у формуванні чисельності та складу працівників, що відповідають специфіці та обсягу діяльності підприємства і сприяють забезпеченню основних завдань його розвитку в майбутньому періоді.

В організаційній структурі підприємства виникає необхідність виділення у межах служби бухгалтерського управлінського обліку – бухгалтерів товарних категорій. Вони формують і надають облікову інформацію про витрати, доходи, фінансові результати і прибуток як кожної товарної категорії, так і в перерізі окремих товарів. Фінансова бухгалтерська служба формує облікову інформацію про прибуток загалом усієї торговельної мережі підприємства і зокрема за окремими магазинами (структурними підрозділами).

З відділом бухгалтерської служби взаємодіють менеджери та торкаються питань оплати постачальникам, оформлення документообігу і угод, встановлення собівартості товарів, отримання інформації про прямі і непрямі

витрати. Також взаємодіють з питань обліку і контролю залишків товарів, результатів інвентаризації.

Традиційний бухгалтерський облік не в змозі забезпечити необхідною обліковою інформацією складну систему менеджменту торговельного підприємства, тому виникає об'єктивна необхідність в запровадженні на підприємстві обліку за центрами відповідальності. У кожному центрі на керівника покладається відповідальність лише за ту частину витрат, доходів і прибутків, які підлягають контролю з його боку і на якого покладена відповідальність за цей центр. У системі обліку центри відповідальності виділяють як об'єкти обліку з метою значно більшої деталізації витрат і доходів, посилення контролю за їх рівнем і підвищення точності в розрахунках фінансових результатів.

Отже, пропонуємо вести облік за центрами відповідальності цілісної організаційної структури управління торговельним підприємством за товарними категоріями. Відділ фінансової і управлінської бухгалтерії, відділ логістики, маркетингу та інші відділи необхідно виділяти в центри відповідальності витрат, тому що в них формуються непрямі витрати для функціонування торговельного підприємства загалом. Характерною ознакою цих підрозділів є відсутність формалізованої взаємодії між витраченими ресурсами і отриманим результатом. Центром відповідальності доходів буде відділ роздрібного продажу на чолі з директором роздрібної мережі, а в його керівництві перебуватимуть директори магазинів, як відповідальні особи за результати діяльності цієї підсистеми. Вхідними ресурсами центру доходів будуть товари у торговельній мережі, а вихідним – сума виручки від реалізації товарів, отримана підприємством за відповідний період часу. Важливо зазначити, що центри відповідальності доходів несуть свої особисті витрати на обслуговування магазину, але не відповідають за витрати собівартості реалізованих товарів. Показником ефективності центрів витрат може бути співвідношення фактичних і бюджетних обсягів продажів.

Важлива обставина запропонованої моделі обліку і аналізу за центрами

відповідальності полягає у тому, щоб допомогти торговельному бізнесу підвищити ефективність його роботи шляхом оптимізації його функції та прийняття правильних управлінських рішень за допомогою обліково-аналітичної інформації.

Управління процесом ціноутворення. Цінова політика є не тільки однією зі складових системи управління прибутком підприємства, але і найважливішим механізмом, що забезпечує багато пріоритетів його економічного розвитку. Від цінової політики залежить формування іміджу підприємства серед споживачів, обсяг його товарообігу, а також рівень його фінансового стану загалом. Цінова політика – це дієвий інструмент конкурентної боротьби на ринку роздрібної торгівлі. Конкретний рівень цін на продукцію, встановлений у процесі формування цінової політики, прямо впливає на суму прибутку від реалізації.

У процесі формування цінової політики підприємству необхідно дотримуватися основного принципу – забезпечення її зв'язку із загальною політикою управління прибутком і пріоритетними цілями здійснення діяльності, отже, цінова політика повинна розглядатися як найважливіша частина загальної політики управління підприємством на окремих етапах її реалізації, а її цілі повинні відповідно кореспондувати з обраними пріоритетними цілями розвитку діяльності підприємства;

Управління структурою і асортиментом товару, що реалізується. Асортиментна політика – це одна з найважливіших складових конкурентної стратегії компанії. Вирішення питання про розширення/звуження асортименту реалізованого товару залежить від низки певних умов: галузь підприємства, сфера діяльності, група товарів та інші кон'юнктурні складові ринку. Але залежності та загальні правила можуть і повинні бути зазначені та сформульовані на підставі аналізу розвитку і стану наявних сегментів ринку (зовнішні чинники) та фінансових змін, які трапляються всередині компанії (тобто внутрішні чинники). Обрання певної асортиментної стратегії повинно здійснюватися на підставі оцінки змін грошових потоків, зумовлених зміною

асортименту, а крім того, прогнозу стану грошових потоків у перспективі. Кожне збільшення асортименту в будь-якому разі сприяє зростанню витрат.

Разом із тим сприятливі фінансові результати від змін в асортименті можуть з'явитися лише у майбутньому. Іноді метою розширення асортименту може бути реклама. У такому випадку розширення асортименту слід розглядати, як і інші операційні витрати – з погляду їх впливу на грошові потоки та фінансові результати [7, с. 268].

За будь-яких умов головний критерій під час оцінювання рішення стосовно розширення асортименту товарів, які реалізуються (незалежний і новий вид товару чи іміджевий продукт), або щодо зменшення наявної товарної номенклатури – вивчення фінансових результатів і грошових потоків, одержаних завдяки таким змінам;

Управління маркетинговою діяльністю. У ринковій економіці необхідність вивчення ринку неможливо переоцінити. Своєчасне отримання інформації про кон'юнктуру товарного ринку дозволяє уникнути збитків і втрачених можливостей, пов'язаних із розширенням ринку збуту товарів. Саме маркетингові дослідження дають найбільш точну інформацію про потреби споживачів у тих чи інших видах продукції і про рівень цін на неї. Ефективне управління маркетинговою діяльністю допомагає скоординувати роботу всього підприємства у цілому та окремих його підрозділів, що безпосередньо впливає на розмір отриманого прибутку;

Управління витратами. Торговельна діяльність підприємства з моменту його створення пов'язана зі здійсненням різноманітних витрат: трудових, матеріаломістких, нематеріальних і фінансових ресурсів у процесі закупівлі чи реалізації товару;

Управління ризиками. Торговельна діяльність підприємства пов'язана з численними ризиками, рівень яких підвищується з розширенням обсягу і диверсифікацією цієї діяльності, з прагненням підвищити рівень прибутку. Ризики, що супроводжують цю діяльність, формують великий портфель ризиків. Ризики – це ймовірність виникнення непередбачених майнових або

фінансових втрат, що генерується невизначеністю внутрішніх і зовнішніх умов здійснення торговельної діяльності підприємства. Існування ризиків зумовлює необхідність постійного управління ними. Управління ризиком розглядається як невід’ємна частина всієї системи управління прибутком, що зумовлено високим ступенем зв’язку між рівнем прибутку та рівнем ризиків, які носять прямий характер [7, с. 269 – 273].

Вище зазначалося, що, система управління прибутком відображає не тільки моменти його формування у частині пошуку додаткових резервів збільшення прибутку, але і спосіб його використання та розподілу. Чинники, що впливають на пропорції та ефективність розподілу прибутку, дуже різноманітні. За характером виникнення усі чинники, що впливають на розподіл прибутку, також можна розділити на зовнішні та внутрішні. До зовнішніх чинників можна віднести:

- правові обмеження. У законодавчих нормах визначено загальні процедурні та фінансові питання, які мають відношення до розподілу прибутку. Вони формують пріоритетність окремих напрямків його використання (податкових та інших відрахувань), установлюють нормативні параметри цього використання (ставки податків, зборів та інших обов’язкових відрахувань за рахунок прибутку) тощо;

- податкова система. Конкретні ставки окремих податків і система податкових пільг істотно впливає на пропорції розподілу прибутку;

- альтернативні зовнішні джерела формування фінансових ресурсів. У разі, якщо торговельне підприємство має змогу залучати фінансові ресурси із зовнішніх джерел на умовах більш низької вартості, ніж середньозважена вартість його капіталу, воно може більшу частину прибутку розділити між власниками та персоналом, оскільки інвестиційні потреби можливо задовольнити за рахунок більш низьковартісних альтернативних зовнішніх джерел фінансування. Якщо ж доступ підприємства до зовнішніх джерел формування власного та позикового капіталу обмежений, або якщо вартість його залучення значно перевищує рівень середньозваженої вартості капіталу,

що склалася на підприємстві, більш ефективним буде використання прибутку з інвестиційними цілями;

- темп інфляції. Цей чинник генерує ризик забезпечення майбутніх доходів, формуючи схильність власників торговельних підприємств до росту їх поточних виплат;

- стадія кон'юнктури товарного ринку. Під час зростання кон'юнктурного ринку, де свій товар підприємство реалізує, зростає дієвість капіталізації прибутку під час розподілу;

- менталітет власників підприємства. Це один із найбільш важливих показників, що формує конкретний тип політики розподілу прибутку підприємства;

- рівень рентабельності торговельної діяльності. Цей показник суттєво впливає на свободу формування пропорцій розподілу прибутку. За умов низького рівня рентабельності торговельної діяльності свобода формування пропорцій його розподілу значно обмежена. Це пов'язано з тим, що певна частина прибутку «пов'язана» контрактними зобов'язаннями із власниками, з персоналом (форми соціального захисту, передбачені колективним або індивідуальним трудовим договором; мінімальний обсяг коштів, що виділяються за програмами участі у прибутку);

- стадія життєвого циклу торговельного підприємства. На початкових стадіях свого життєвого циклу підприємствам доводиться вкладати у свій розвиток більше фінансових ресурсів, при цьому розміри виплат доходів власникам обмежуються. Це пов'язано з високим рівнем інвестиційних потреб таких торговельних підприємств, їх відносно меншим потенціалом доступу до кредитних ресурсів, вищою вартістю залученого капіталу тощо. Водночас підприємства на стадії зрілості ведуть не настільки активну діяльність у сфері реального інвестування, мають можливість залучати необхідні їм кредитні ресурси на більш вигідних умовах, а отже, можуть забезпечити більш високі розміри виплат доходів власникам і персоналу [7, с. 267];

- рівень ризиків здійснюваних операцій і видів діяльності. У разі агресивної

та ризикованої політики підприємства в окремих галузях діяльності доводиться на формування резервного та інших страхових фондів спрямовувати більше коштів із прибутку. Без забезпечення такого мінімального внутрішнього страхування ризикової торговельної діяльності зростає невідворотна загроза банкрутства підприємства;

– рівень коефіцієнта фінансового важеля. Якщо підприємство має можливість підвищити ефект фінансового важеля за рахунок зростання його коефіцієнта, не знижуючи при цьому рівень своєї фінансової стійкості, частка споживаної частини прибутку у процесі розподілу може бути підвищена.

Висновки з проведеного дослідження. Потреба ефективного й безперервного управління підприємством переважно залежить саме від ролі прибутку в його розвитку й забезпеченні інтересів власників і працівників. Управління прибутком – процес вироблення і прийняття управлінських рішень, виходячи з усіх основних аспектів його формування, розподілу та використання на підприємстві.

Система управління прибутком формується у межах підприємства, регламентуючи ті чи інші управлінські рішення. Систему управління прибутком автор трактує як комплексну, інтегровану в загальну концепцію управління підприємством систему, орієнтовану на виконання тактичних і стратегічних завдань, у якій передбачається можливість моделювання альтернативних варіантів їх виконання на основі виявлення та аналізу чинників, що впливають на обсяг прибутку, з метою досягнення певного рівня конкурентоспроможності й іміджу підприємства з урахуванням його потенційних можливостей і обмежень зовнішнього середовища. Отже, найбільш важлива мета системи управління прибутком – це сприяння максимізації добробуту власників підприємства у поточному і майбутньому періодах.

Під час дослідження з'ясовано, що організаційна та управлінська структура торговельної мережі, а також інші проаналізовані чинники дають змогу впровадити ефективну систему обліку прибутку за центрами відповідальності.

Список літератури

1. Бабо А. Прибыль / Бабо А. ; [пер. с фр. Е. П. Островской]. – [4-е изд., испр.].

– М. : Група «Прогресс» : Универс, 1993. – 175 с.

2. Баранцева С. Стратегія управління прибутком як регулятор діяльності підприємства / С. Баранцева // Торгівля і ринок України. – 2008. – № 14. – Т. 2. – С. 81–86.

3. Бланк И. А. Управление прибылью / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр, 2007. – 768 с.

4. Блонська В. І. Вдосконалення системи управління розподілом та використанням прибутку підприємства / В. І. Блонська, П. П. Адамович // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.7. – С. 92–104.

5. Бурденко И. М. Финансовое состояние предприятия: стратегия обеспечения устойчивости / И. М. Бурденко. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 608 с.

6. Бухгалтерський облік в торгівлі: Підручник для студ. вищих навч. закладів / Ф.Ф. Бутинець, М.В. Кужельний, Ю.І. Осадчий та ін.; Під ред. Ф.Ф. Бутинця, Н. М. Малюги. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Ж.: ЖІТІ. ПП "Рута", 2002. — 576 с.

7. Валеви́ч Р. П. Экономика торговой организации / Р. П. Валеви́ч, Г. А. Давидова. – Минск : Вышэйшая школа, 2008. – 371 с.

8. Верхоглядова Н. І. Зміст та значення прибутку як головної рушійної сили ринкової економіки / Н. І. Верхоглядова, С. Б. Ільїна, В. П. Шило // Економічний простір. – 2008. – № 18. – С. 237–245.

9. Грабова Н.М., Добровський В.М. Бухгалтерський облік у торгівлі: Навч. посіб. для студ. вищих навч. закл.; Під ред. М.В. Кужельного. — К.: А.С.К., 2004. — 794 с. — (Серія "Економічна освіта").

10. Сопко В.В. Бухгалтерський облік в управлінні підприємством: Навч. посібник / В.В. Сопко. — К.: КНЕУ, 2006. — 526 с.

11. Худа В. В. Торговельний прибуток як фінансовий інструмент активізації підприємництва / В. В. Худа // Вісник Львівської державної фінансової академії : зб. наук. статей. Серія: Економічні науки / голов. ред. Буряк П. Ю. – Львів : Львів. держ. фін. акад., 2005. – 430 с.