

Вороніна В.Л.

УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ З УРАХУВАННЯМ ОСОБЛИВОСТЕЙ ЕТАПУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Незважаючи на позитивну динаміку господарських результатів протягом останнього часу, для значної частини підприємств роздрібної торгівлі характерним є низький рівень ефективності їх формування. Така ситуація обумовлена, значною мірою, невідповідністю господарського механізму підприємств умовам ринкової економіки. Причини при цьому є різними. При цьому, практично, усі вітчизняні підприємства торгівлі зазнають проблем через низьку якість функціонування підсистем управління, які істотно відстають щодо організації та технології управління від передових закордонних підприємств, що все більше освоюють споживчий ринок України [1, с.2]. Така ситуація викликає необхідність вдосконалення процесу формування стратегії торговельних підприємств за рахунок врахування етапу життєвого циклу, на якому перебуває окреме підприємство.

Життєвий цикл підприємства – це життєвий цикл товару, що становить предмет його діяльності. Сутність торгового підприємництва полягає в наданні послуги із забезпечення доступності конкретного товару конкретному споживачеві, в потрібному місці, в потрібний час, за прийнятною ціною. Таким чином, торгова послуга є специфічним товаром, який пропонує на ринку торговельне підприємство, а життєвий цикл самого підприємства обумовлений життєвим циклом цієї послуги на споживчому ринку. Автором пропонується виділяти чотири основних етапи життєвого циклу торговельного підприємства (рис. 1):

1 етап – пренатальний (етап розробки бізнес-плану підприємства і його торгово-технологічної схеми);

2 етап – «дитинство підприємства» (відкриття підприємства і вихід його на ринок);

3 етап – «зрілість підприємства» (комерційний успіх підприємства);

4 етап – «деградація підприємства».

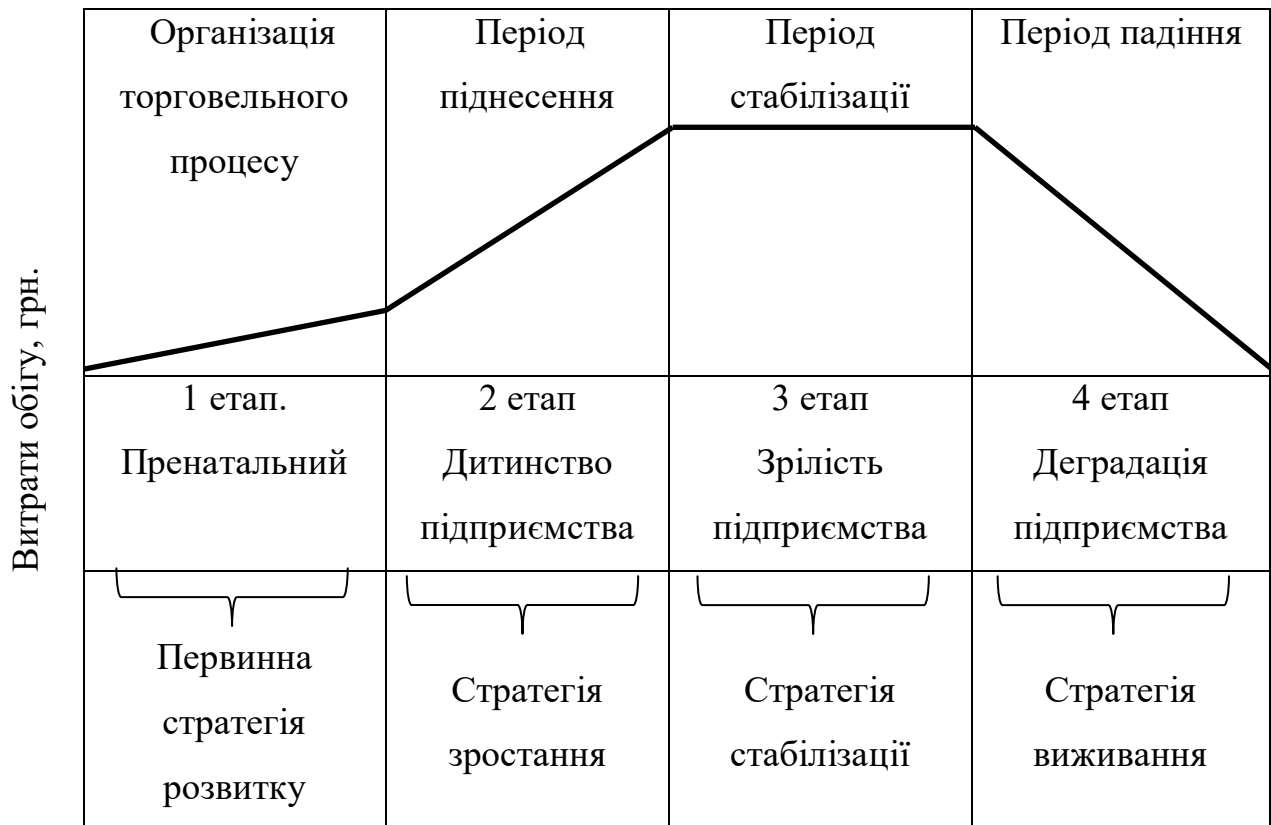


Рис. 1. Обумовленість стратегічного управління періодам життєвого циклу торговельного підприємства [Розроблено автором]

Невід’ємною частиною ринкового способу координації економічної діяльності є ризик. Ще класики теорії підприємництва (Сміт і Сей) підкреслювали, що підприємець – це власник, що йде на економічний ризик заради реалізації якоїсь ідеї з метою отримання прибутку.

Підводячи підсумок, можна зробити висновок, що формування стратегії управління прибутком з урахуванням теорії підприємницького ризику може базуватися на наступних принципах:

у фазі створення підприємства основним інструментом управління прибутком має стати самострахування у формі планування, а основним об’єктом управління прогноз беззбитковості та організаційні аспекти управління прибутком;

у фазі становлення і розвитку умови для досягнення найкращого результату породжуються у зовнішньому середовищі підприємства, тому об'єктом страхування повинні виступати саме ці умови. Основними методами управління прибутком повинно стати уникнення ризику, а об'єктом – досягнення точки беззбитковості;

у фазі стабілізації підприємцю слід приділяти особливу увагу страхуванню внутрішніх чинників ризику, так як основне джерело ризику знаходиться у внутрішньому середовищі підприємства і ступеню опрацьованості оцінки її положення на ринку; основними методами управління ризику повинні стати попередження і передача ризику шляхом здійснення поточного моніторингу стану системи управління прибутком та пошуку внутрішніх резервів зростання прибутковості;

у фазі регресії будь-які дії підприємця пов'язані з ризиком, тому підприємцю доцільно сконцентрувати зусилля на зниженні ризиковості своїх дій і перегрупуванні сил усередині підприємства; основним методом управління ризиком у цій стадії має стати уникнення ризику, об'єктом управління – структура витрат і сила впливу операційного важеля.

Література

1. 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.
2. Міжнародні стратегії економічного розвитку: навч. посіб. / А.О. Задоя, В.В. Білоцерківець, О.О. Завгородня, / за заг. ред. А.О. Задоя. – Дніпропетровськ: Вид-во – ДУЕП. 2006. – 252 с.
3. Лапуста М.Г. Риски в предпринимательской деятельности / М.Г. Лапуста, Л.Г. Шаршукова. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 224 с.