

2. Гринько Т. В. Імідж підприємств сфери послуг: сутність поняття та особливості формування / Т. В. Гринько, І. В. Тімар // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. Випуск 38 / М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. – Черкаси : ЧДТУ, 2014. – Частина I. – С. 127–133.
3. Тімар І. В. Вплив іміджу підприємства сфери готельних послуг на формування його конкурентних переваг / І. В. Тімар // Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Економіка». – Дніпропетровськ : Біла К. О., 2015. – Вип. 9 (3). – С. 145–149.
4. Тімар І. В. Концептуальні підходи до формування структури іміджу підприємств сфери послуг / І. В. Тімар // Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Економіка. – Дніпропетровськ, 2015. – Вип. 9 (1). – С. 90–96.
5. Тімар І. В. Концептуальні підходи до формування іміджу підприємств сфери послуг / І. В. Тімар // Сучасні технології управління розвитком підприємств України: механізми, реалії, перспективи : колект. моногр. – 2016. – С. 318–328.

Стрельська О. Б.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПРИНЦИПИ ЕФЕКТИВНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ТОРГОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сьогодні за існуючим соціально-економічним станом країни особливої ролі набуває проблема результативного управління торговими підприємствами, яка загострюється постійним ростом цін постачальників готової продукції; зниженням купівельної спроможності переважної більшості населення країни; недоброякісністю великої кількості продукції, що постачають виробники, посередники, особливо імпортних товарів; зростання комерційних мереж та експансія на внутрішньому ринку закордонних фірм; жорстока конкурентна війна між продавцями, посередниками, виробниками та країнами. Жорстокість конкуренції між комерційними підприємствами підштовхнула менеджерів перейти до оптимізації управління доходами, поліпшення методів їх оцінки та прогнозуванням, щоб зросла результативність менеджменту розповсюдження, збуту продукції, у тому числі, за рахунок мінімізації затрат.

Дослідження висвітлених проблем стали відомими через дослідників методів оцінки менеджменту комерційних підприємств; необхідно виділити В. Блонську, А. Мазаракі, Л. Балабанова, А. Хістеву, Б. Мізюка та ін. Управління підприємством, у тому числі торгівельним, це, перш за все, аналіз поточних результатів

господарської діяльності, виявлення незадовільних, слабких результатів, істотних причин, що спонукали ці негаразди, а після встановлення «хвороби» суб'єкта господарювання плануються інструменти, форми та методи подолання зазначених соціально-економічних проблем, їхнє втілення в життя та моніторинг поновленої діяльності, щоб реалізувати ухвалену мету господарської діяльності.

Дослідження результативності комерційних підприємств дає підстави зрозуміти, що вони різнопланові та дискусійні. Так, на думку І. А. Бланка, «управління прибутком є процесом розробки та прийняття управлінських рішень за всіма основними аспектами його формування, розподілу і використання». Також і В. В. Худа: «Управління прибутком представляє собою цілеспрямований, систематичний процес підготовки, оцінки, відбору і реалізації альтернативних управлінських рішень з питань його формування, розподілу і використання на конкретному торговому підприємстві». Домінуючою ціллю менеджменту прибутком більшість суб'єктів вважає максимізацію і оптимізацію абсолютного розміру чистого прибутку та стабільного отримання доходів у часі. Очевидно, за умов стійких тенденцій не стабільного функціонування української економіки облік сьогоденних і короткострокових інструментів управління є актуальним. Значимість управління прибутком полягає у вирішенні нагальних задач, які, в кінці кінців, віддзеркалюються на зміні розміру економічного ефекту. За таких умов механізм менеджменту прибутком вимагає постійного зміцнення і адаптації до змінного оточення. Сьогодні проблема підвищення результативності управління підприємством вимагає втілення ефективної системи управління. До ключових вимог цієї результативності слід віднести втілення в діяльність таких принципів:

- принцип об'єктивної необхідності менеджменту прибутком, який можна пояснити самим існуванням підприємства, фінансово-економічною діяльністю, яка орієнтована на економічний результат;

- принцип безперервності. Діяльність комерційних підприємств має постійну комерційну діяльність;

- системність. Будь-яке управлінське рішення щодо прибутку прямо чи непрямо впливає на рівень доходу. Тому, треба зважати на їх взаємозв'язок, так як їхній вплив буває різнорідним;

- інтеграція (узгодженість) мети забезпечення прибутку та соціально-економічного розвитку суб'єкта господарювання. Тож, механізм управління доходами оглядає всі види його функціонування;

- принцип соціальної відповідальності при управлінні прибутком дозволить поєднати функціонування усіх підрозділів з відповідальністю керівництва організації, щоб визначити вклад кожного підрозділу в загальний економічний ефект фірми;

- інформаційність, від якої залежить якість повсякчасного менеджменту прибутком, можливість своєчасного реагування на зовнішні, так і внутрішні загрози підприємству, тому ефективність кожної управляючої системи багато в чому залежить від якості використаної нею інформації.

Ці принципи дозволяють мінімізувати рівень затрат на управління, узгодженості дій систем управління і підвищити ефективність контролю за рішеннями. Розглянуті принципи позитивно діють на істотне зменшення напрямів розподілу чистого економічного ефекту. Вони сприяють формуванню на підприємстві раціональної політики розподілу прибутку, який найбільшою мірою задовольняє і враховує її цілі.

Список використаних джерел:

1. Білик Т. О. Оцінка та вибір фінансово-економічних моделей прогнозування прибутку підприємства / Т. О. Білик // Формування ринкових відносин в Україні. – 2008. – №5. – С. 6–14.
2. Верхоглядова Н. І. Зміст та значення прибутку як головної рушійної сили ринкової економіки / Н. І. Верхоглядова // Економічний простір. – 2008. – №18. – С. 237–245.
3. Волошин І. В. Особливості формування фінансового результату від операційної діяльності / І. В. Волошин // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2005. – №4, Ч. 2, Т.2. – С. 118–120.
4. Измайлова К. В. Сучасні технології фінансового аналізу : навч. посіб. / К. В. Измайлова. – К.: МАУП, 2003. – 148 с.