

УПРАВЛЕНИЕ ФОРМИРОВАНИЕМ ПРИБЫЛИ В СИСТЕМЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Калмыкова Яна Николаевна

магистрант, Башкирский государственный университет Россия, г. Стерлитамак

Низкие значения прибыли предприятий затрудняют осуществление расширенного воспроизводства основных средств, что в свою очередь снижает роль прибыли в процессах реконструкции, технического и технологического обновления производства и, в конечном итоге, сдерживает рост конкурентоспособности товаров и объемов выручки и, с другой стороны, «стимулирует» затратную экономику, снижает экономическую эффективность деятельности отечественных организаций. При практическом решении этой проблемы все меры по увеличению прибыли, как правило, сводятся к экономии затрат.

Методологической основой разрешения проблем повышения прибыли на основе реализации стратегического управления должен стать системный подход.

Отправными положениями системного решения проблемы внедрения стратегического управления на отечественных предприятиях являются следующие:

- представление предприятия как экономической (хозяйственной) системы, относящейся к классу открытых систем [1, 13-20];
- использование системной модели объекта как черного ящика с соответствующей интерпретацией его входов и выходов;
- открытость экономической системы предприятия и ее взаимодействие с надсистемой (макроэкономической системой), что реализуется посредством входного потока ресурсов и выходного потока результатов.

Современный подход к управлению выручкой и прибылью от реализации продукции предполагает совершенствование структуры конечных результатов деятельности предприятия на основе выполнения «золотого правила развития организации», суть которого состоит в достижении последовательно нарастающего опережения темпов роста активов ($I_{акт}$), валовой ($J_{В.п}$), произведенной ($J_{Вп}$) и реализованной продукции по отгрузке ($J_{Вр}$), выручки ($J_{В}$) от реализации, добавленной стоимости ($J_{ДС}$) и прибыли от реализации продукции ($J_{П}$), т.е. при соблюдении соотношений темпов роста (индексов, %) названных показателей в соответствии со следующим неравенством [2, 43]

$$100\% < I_{акт} < J_{В.п} < J_{Вп} < J_{Вр} < J_{В} < J_{ДС} < J_{П}$$

Сравнение соотношений фактических темпов роста конечных результатов предприятия с приведенным неравенством будет указывать на необходимость принятия мер по достижению требований «золотого правила развития организации» и разработки соответствующих управленческих решений.

При установлении управленческих целей и разработке заданий по достижению требуемых

величин выручки от реализации продукции на предприятии следует учитывать следующие факторы:

- уровень цен реализованной продукции;
- объем реализации продукции и получаемой выручки;
- уровень налогообложения дохода от текущей деятельности.

В связи с формированием прибыли на стратегическом уровне следует выделить управление инновационными процессами на предприятии. Многими исследователями признается очевидное влияние инновационной деятельности предприятия на повышение конкурентоспособности, а последней – на рост выручки и прибыли. Но особую актуальность в этой связи приобретает проблема инновационной активности предприятий, которая определяет уровень эффективности и качество инновационной деятельности предприятия. Различия в степени инновационной активности предприятия объясняют разные его инновационные результаты даже при одинаковых исходных предпосылках. Для российских предприятий нередки ситуации, когда при наличии отчетности по инновационной деятельности инновационная активность фактически отсутствует.

Инновационная активность предприятия обеспечивается взаимосвязанным управлением на стратегическом и тактическом уровнях. На стратегическом уровне для обеспечения инновационной активности необходимо: [3, 5]

- наличие конкурентоспособной инновационной стратегии предприятия и его агрессивности в конкуренции;
- мобилизация инновационного потенциала для решения практических задач;
- оптимизация объема привлечения инвестиций в инновационную деятельность;
- высокое качество стратегических изменений, направленных на формирование реальных конкурентных преимуществ предприятия.

Тактика инновационной активности обеспечивает динамику инновационной деятельности предприятия на основе достижения:

- соответствия тактики инновационной активности характеру конкурентной стратегии развития предприятия;
- оптимальной скорости (по времени) осуществления мер по проведению стратегических инновационных изменений в области обновления продукции, технологии и технологического оборудования, знаний персонала и организационной структуры.

Обоснование требуемого уровня инновационной активности осуществляется по критерию соответствия ее состоянию микро- и макросреды и ее изменению. Оценка инновационной активности осуществляется на основе интегрального показателя, который включает такие признаки инновационной активности, как: качество инновационной стратегии; уровень мобилизации инновационного потенциала; уровень привлечения инвестиций в инновационную деятельность; соответствие реакции предприятия характеру конкурентной стратегической ситуации; скорость (темп) проведения стратегических инновационных изменений; обоснованность реализуемого уровня инновационной активности. Главным критерием оценки инновационной активности является влияние ее на конкурентоспособность и эффективность предприятия через показатель прибыли.

Отмечая значение конкурентоспособности в повышении выручки и прибыли, отметим, что источниками любого уровня конкурентоспособности (национальной экономики, регионов, отраслей и предприятий) являются конкурентные преимущества предприятий, которые формируются на основе эксклюзивных ценностей, дающих превосходство над конкурентами. При этом конкурентные преимущества всех уровней конкурентоспособности в конечном итоге

воплощаются в товарах, а потому оценка эффекта конкурентных преимуществ осуществляется, прежде всего, через результаты реализации товара на рынке, т.е. через прибыль.[4, 86]

Таким образом, рост прибыли выступают важнейшими показателями инновационного развития предприятия и повышения его конкурентоспособности. Долговременный рост объема реализации (выручки) и прибыли от реализации обеспечивает стратегические преимущества предприятия, отвечает его экономическим интересам, и интересам других участников экономической деятельности.

Список литературы:

1. Головачев А.С. Методологические основы управления формированием прибыли на предприятии в условиях его инновационного развития // Экономика и управление. – 2016. – №1(45). – С. 13-20.
2. Головачев А.С. Управление прибылью на предприятиях: проблемы ее формирования и инновационные пути их решения // Экономика и управление. – 2016. – №2(46). – С. 3-9.
3. Ковалёв Д.В. Прибыль. Введение в технологии обращения с прибылью Киев: Центр учебной литературы, 2014. — 292 с.
4. Пирогова Т.Э., Костина О.И., Губернаторова Н.Н. Финансовый менеджмент Калуга: Эйдос, 2015. — 164 с.