

УДК 658.212

С.В. Сорокина

Севастопольский национальный технический университет

Студгородок, г. Севастополь, Украина, 99053

E-mail: root@sevgtu.sebastopol.ua

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЕМ ПРИБЫЛИ ВИНОДЕЛЬЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Обосновывается необходимость применения системного подхода к управлению прибылью.

Исследуются отраслевые особенности виноделия, влияющие на формирование прибыли предприятия.

Постановка проблемы

Для стабильного сбалансированного развития предприятие должно иметь конкурентные преимущества на рынке. Обеспечиваются они квалифицированным управлением фирмой. В настоящее время происходит переосмысление накопленного опыта управления. Ученые и экономисты-практики отмечают, что конкурентоспособность фирмы обусловлена не только технологиями ведения бизнеса, но и этническими, социальными, культурными и человеческими факторами. Они обеспечивают интенсивный рост экономики, при котором динамика приращений экономических эффектов больше, чем ресурсного обеспечения. В системе управления предприятием ведущая роль отводится финансовому менеджменту, в том числе менеджменту прибыли.

Поскольку прибыль предприятия является результатом его финансово-хозяйственной деятельности, то объектом управления прибылью является совокупность финансовых отношений, которые возникают в процессе операционной, инвестиционной и финансовой деятельности субъекта хозяйствования по поводу трансформации дохода от указанных видов деятельности в прибыль предприятия. Таким образом, прибыль является специфическим объектом финансового менеджмента, влиять на который можно опосредованно, через управление доходами и затратами фирмы.

Анализ последних исследований и публикаций. За рубежом концепция максимизации прибыли утратила свое ключевое значение еще в 50-х годах 20 века. П. Друкер, профессор Нью-Йоркского университета, утверждал, что целью бизнеса должно быть стратегическое развитие организации, а не максимальное увеличение прибыли. [1, с. 306]. И.Мацусита (основатель творческой лаборатории «Дойкай», один из основателей компании Panasonic) сформулировал постулат: не прибыль оправдывает существование фирмы, а ее миссия [1, с. 89]. В украинской научной литературе вопрос о главной цели управления финансами трактуется неоднозначно. В. Евтушевский (КНУ им. Т.Г. Шевченко) отмечает, что в «условиях корпоративного сектора смещаются акценты с максимизации прибыли, которые характерны для частного предприятия, на удовлетворение интересов собственников, а также других участников корпоративных отношений. Базовой задачей корпоративного управления является управление имуществом в интересах собственников» [3, с. 5]. И. Бланк главной целью финансового менеджмента считает обеспечение максимизации рыночной стоимости предприятия. В учебнике «Финансовый менеджмент» под ред. А.Н. Поддерегина основной целью финансового менеджмента назван рост благосостояния собственников предприятия в текущем и перспективном периоде, рациональное использование ресурсов, способность предприятия покрыть затраты и обеспечить принятый уровень доходов с минимальным риском [3, с. 14]. Таким образом, современная теория финансового менеджмента не считает получение прибыли основной целью предпринимательства.

Выделение нерешенных частей проблемы. В современных условиях успех бизнеса определяется рыночной ценой предприятия. Цена предприятия формализуется в виде рыночной цены акции. Но данный показатель, в принципе, нельзя рассматривать в качестве основного индикатора развития неакционерных предприятий, а для акционерных компаний он неприемлем, как минимум, по двум причинам: недостаточно развит финансовый рынок, и, кроме того, для менеджера среднего звена этот показатель является абстрактным, не связанным с текущими задачами управления. Таким образом, концепция максимизации прибыли продолжает сохранять значение в качестве пусть не единственного, но решающего стимула частнопредпринимательской деятельности. Исходя из этого, целью управления прибылью является обеспечение максимизации абсолютной величины чистой прибыли и стабильности ее формирования в течение времени.

Обобщая представленные в научной литературе результаты исследований, можно констатировать, что основой современного подхода к управлению финансовыми ресурсами (в т.ч. прибылью) является формирование целостной системы прогнозирования, планирования и контроля за процессами их формирования и использования. При этом процессный подход к управлению финансовыми ресурсами практически не используется ввиду ограниченности его возможностей, а ситуационный и системный

подходы используются одинаково широко, в связи с чем возникает необходимость сравнения этих двух основных подходов к финансовому менеджменту.

Цель и задачи статьи. Цель статьи: сравнить системный и ситуационный подходы к менеджменту прибыли и исследовать основные отраслевые особенности виноделия, влияющие на формирование прибыли.

Задачи статьи:

- исследовать методологические аспекты менеджмента прибыли;
- структурировать механизм управления прибылью;
- выявить наиболее существенные отраслевые особенности виноделия в контексте менеджмента

прибыли.

Основная часть. Суть ситуационной теории управления состоит в том, что результаты одних и тех же управленческих решений могут отличаться друг от друга в различных ситуациях. Для быстрой перестройки организации необходимо осуществить четыре функции: провести анализ ситуации, выработать стратегию управления, создать потенциал организации (кадровый и финансовый) с выработкой нового стиля управления, провести организационные изменения в соответствии с ситуацией. Ситуационный подход предполагает, что пригодность различных методов управления определяется ситуацией. Поскольку существует обилие факторов как в самой организации, так и в окружающей среде, не существует и универсального способа управления организацией. Под ситуацией понимается конкретный набор обстоятельств, которые оказывают воздействие на функционирование организации в данное время. Ситуационный подход предполагает определение основных внутренних и внешних факторов, которые воздействуют на функционирование организации. С точки зрения ситуационной теории эффективность управления зависит от компетенции, опыта, интеллекта менеджера.

Системный подход предполагает, что руководители должны рассматривать организацию как совокупность взаимосвязанных элементов, таких, как люди, структура, задачи и технология, которые ориентированы на достижение различных целей в условиях меняющейся среды. Одной из наиболее популярных в конце 20 века системных концепций менеджмента являлась теория «7-S», разработанная Т. Питерсом и Р. Уотерманом в труде «В поисках эффективного управления» [2, с. 153]. По их мнению, эффективная организация обеспечивается с помощью семи составляющих: стратегия, структура, организация, системы процессов, штат, стиль, квалификация, разделение ценностей, причем изменение каждой из них требует соответствующего изменения остальных шести. В соответствии с системной концепцией только те организации могут эффективно функционировать и развиваться, в которых менеджеры могут поддерживать в гармоничном состоянии всю систему, основанную на этих составляющих.

По мнению российского экономиста Н. Герчиковой, системный подход – это методология рассмотрения разного рода комплексов, позволяющая глубже и лучше осмыслить их сущность (структуру, организацию и другие особенности) и найти оптимальные пути и методы воздействия на развитие таких комплексов и систему управления ими. [2, с. 52].

Вопросы стратегического управления прибылью наиболее детально освещены в трудах А. Поддерегина, И. Бланка, Е. Бригхема, Е. Стояновой, О. Отпущенниковой, В. Савчука Эти авторы практически идентично определяют стратегические цели предприятия, функционально-организационные блоки (управление затратами, доходами и распределением прибыли) и типы стратегии. А.Н. Поддерегин выделяет два типа стратегии управления прибылью: агрессивную (наступательную) стратегию (обеспечение роста дохода при стабильном уровне затрат) и защитную (обеспечение контроля затрат с целью увеличения прибыли как разницы между доходами и затратами фирмы) [3, с. 131]. В. Савчук признает, что центр прибыли увеличил свою эффективность, если удастся получить ту же прибыль при меньшем уровне издержек или увеличить прибыль при неизменном уровне издержек. Таким образом, в глобальном плане, предприятие должно стремиться либо к максимизации своего дохода в конкурентной борьбе (даже за счет дополнительных затрат), либо к экономии затрат и снижения себестоимости продукции.

Наиболее значимой дилеммой организации работ в компании является установление оптимального соотношения между централизацией и децентрализацией. В современных условиях ощущается тенденция к переходу к децентрализованному управлению предприятием, когда предприятие разделяется на отдельные центры прибыли (дивизионы), каждый из которых сам отвечает за результаты своей деятельности с точки зрения прибыли (а не с точки зрения денежных потоков). В качестве дивизиона может выступать: отдельная бизнес-единица, на выходе которой появляется готовый продукт, или подразделение предприятия, выполняющее самостоятельную функцию и производящее определенный продукт, который либо поступает на вход другого дивизиона, либо может выступать в виде готовой продукции. С точки зрения функциональной организации центр прибыли появляется тогда, когда в рамках одного подразделения предприятия объединяются и производственная, и маркетинговая функции.

Обеспечение эффективного управления прибылью предприятия определяет ряд требований к этому процессу, основными из которых, по мнению И. Бланка, являются: интегрированность с общей системой управления предприятием, комплексный характер формирования управленческих решений, высокий динамизм управления, многовариантность подходов к разработке отдельных управленческих решений, ориентированность на стратегические цели развития предприятия. Нет смысла оспаривать подобный подход, в то же время нужно отметить, что перечисленные выше принципы характерны для управления любым объектом финансового менеджмента. На основе анализа научных источников можно констатировать, что специфических принципов управления прибылью нет.

Модель управления прибылью субъекта хозяйствования – это совокупность финансово-правовых и организационно-технических методов и приемов прогнозирования, планирования и контроля за формированием доходов предприятия с целью поддержания принятого уровня прибыльности в долгосрочной перспективе и достижения других целей, поставленных корпоративной стратегией.

Построение системы управления прибылью требует формирования систематизированного перечня объектов этого управления. Такая систематизация объектов управления должна с одной стороны отражать функциональную направленность этого управления, а с другой – различные его уровни.

Процесс управления прибылью предприятия базируется на определенном механизме. В структуру механизма управления прибылью входят следующие элементы:

1. Государственное правовое и нормативное регулирование вопросов формирования и распределения прибыли предприятия.
2. Рыночный механизм регулирования формирования и использования прибыли предприятия.
3. Внутренний механизм регулирования отдельных аспектов формирования, распределения и использования прибыли предприятия.
4. Система конкретных методов и приемов осуществления управления прибылью.

Эффективный механизм управления прибылью предприятия позволяет в полном объеме реализовать стоящие перед ним цели и задачи, способствует результативному осуществлению функций этого управления. Конкретизация функций управления прибылью в значительной степени определяется отраслевыми особенностями предприятий, их размерами, а также конкретными организационно-правовыми формами деятельности.

Согласно стандартам учета, прибыль предприятия формируется как сумма финансовых результатов по всем видам деятельности. В то же время анализ официальных статистических данных и финансовых отчетов конкретных предприятий показывает, что основной источник прибыли – операционная деятельность. В условиях неразвитости финансового рынка и постоянного дефицита свободных денежных средств предприятия недостаточно активно осуществляют финансовую и инвестиционную деятельность, которые, не являясь основной деятельностью, служат источником пополнения средств предприятия и могут приносить прибыль. Таким образом, существующая проблема включает два взаимосвязанных аспекта: с одной стороны, предприятия практически лишены финансовых ресурсов, которые могут быть направлены на финансовый рынок; с другой стороны именно финансовые операции могли бы увеличить прибыль хозяйствующих субъектов. НСБУ дают определение финансовой и инвестиционной деятельности предприятия, определяют их роль в формировании финансового результата, но не используют такие понятия как «финансовая прибыль (убыток)» или «инвестиционная прибыль (убыток)» (в отличие от «финансового результата от операционной деятельности»). Исходя из этого, можно сделать вывод, что финансовая и инвестиционная деятельность носят подчиненный характер по отношению к целям и задачам операционной деятельности предприятия и часто оказывают не прямое, а опосредованное влияние на формирование прибыли. Таким образом, генеральной целью управления прибылью предприятия является управление формированием прибыли от операционной деятельности. Модули «управление прибылью от финансовых операций» и «управление распределением прибыли» в иерархии целей финансового менеджмента носят подчиненный характер и зависят от эффективности реализации генеральной цели.

На величину операционной прибыли влияют главным образом два показателя: объем реализации (зависящий, в свою очередь, от цен, качества продукции и других спросообразующих факторов) и себестоимость продукции.

Степень чувствительности операционной прибыли к изменению объема реализованной продукции неоднозначна на предприятиях, имеющих различное соотношение переменных и постоянных операционных затрат. Чем выше удельный вес постоянных издержек, тем в большей степени изменяется сумма операционной прибыли по отношению к темпам изменения объема реализации продукции. Методика анализа прибыли и себестоимости зависит от полноты включения затрат в себестоимость, наличия раздельного учета переменных и постоянных затрат.

Методология ценообразования представляет собой совокупность общих правил, принципов и методов разработки концепции ценообразования; определение и обоснование цен; формирование системы цен; управление ценообразованием. Текущие условия, которые формируют окружающую среду

предприятия, перманентные ресурсные ограничения ставят проблему выбора оптимального метода ценообразования.

Виноделие – это отрасль с длительным производственным циклом, быстрым нарастанием затрат в процессе производственного цикла, сезонным характером производства и сбыта. История крымского виноделия восходит еще к античности, а современное промышленное производство вин началось в 19 веке. Практически во всех районах Крыма существуют винодельческие предприятия со своей специализацией. Наиболее крупные из них – Завод шампанских вин (Судак, Новый Свет), Совхоз-завод «Коктебель» (Феодосия, Щегетовка), Совхоз-завод «Солнечная долина» (Судак), НПО «Массандра» (Ялта, Массандра), ОПБ «Магарач» (Ялта), Совхоз-завод «Ливадия» (Ялта), Агрофирма «Золотая балка» (Севастополь), Инкерманский завод марочных вин (Севастополь), ЗАО «Фонтан» (Бахчисарай), Фирма «Ампелос» (Евпатория), АП «Дионис» (Симферополь), Симферопольский винзавод, Севастопольский винзавод. Большинство винодельческих предприятий закупает готовые виноматериалы, от качества которых зависит качество готовой винной продукции. Ряд предприятий (НПО «Массандра», агрофирма «Золотая балка») занимается не только виноделием, но и виноградарством и производством собственных виноматериалов.

Продукция виноделия имеет широкий спектр качественных разновидностей. Качество вина определяется по содержанию углекислоты, содержанию уксусного альдегида, определяющего степень окисленности, содержанию сахара и спирта, окраске вина, степени терпкости. Для каждого вина приняты свои кондиции и предельно допустимые отклонения от этих кондиций. Необходимые качественные параметры в вине обеспечиваются как технологией производства, так и качественными характеристиками используемого сырья. Формирование в винограде необходимых для виноделия качественных параметров связано со значительными затратами, которые должны учитываться в виноградарстве. В виноделии это отражается на уровне заготовительных цен, и, в конечном счете, на себестоимости и рентабельности вырабатываемого вина. Помимо качества исходного сырья для качества вина важна правильная технология виноделия, обеспечивающая полную демееталлизацию, удаление белковых веществ, полисахаридов, трудно растворимых солей винной кислоты, микроорганизмов и других компонентов, вызывающих помутнение вин. Повышение качества и гарантийного срока сохранения стабильности вин также сопряжено с большими дополнительными затратами винодельческих предприятий. В состав таких затрат в учете должны включаться повседневные расходы по контролю за качественным выполнением технологических операций и качеством производимых полуфабрикатов, а также расходы на осуществление специальных технологических приемов, направленных на доведение вина до определенных кондиций – купажирование, спиртование, кислотопонижение, выдержка и др. Все эти приемы непосредственно направлены на повышение качества вина и устранение имеющихся в нем недостатков, допущенных на предшествующих стадиях производства.

Виноделие традиционно считается высокорентабельной отраслью. Прибыль планируется на год, но возможны существенные отклонения от плановых заданий в силу того, что на объем производства и качество продукции самое значительное влияние оказывают агроклиматические факторы. Основы качества любого типа вина закладываются еще при возделывании винограда. Для этого должны тщательно учитываться разнообразные агротехнические факторы, определяющие качество каждого сорта винограда и получаемого из него вина: почвенно-климатические условия, подбор сортов винограда, уход, удобрение почвы, внекорневые подкормки, своевременность уборки урожая, условия транспортировки и переработки ягод. Для накопления сахара в винограде температура воздуха днем должна достигать 25-30 градусов, а ночью опускаться не ниже 18-19 градусов. Но даже в сложных погодно-климатических условиях прибыль может быть получена за счет правильно сформированного ассортимента продукции с преобладанием наиболее рентабельных сортов вина (марочных, коллекционных).

Кроме того, при планировании объемов сбыта необходимо учитывать, что вино – товар сезонный. В летнее время объемы продаж вина возрастают на 30-40 %. Крепленым винам отдают предпочтение в холодное время года, столовым – в теплое. Указанные выше особенности виноделия влияют на следующие финансовые особенности деятельности предприятий:

- в винодельческой отрасли Украины высокая конкуренция;
- длительный производственно-коммерческий цикл;
- вино – высокорентабельный товар, подлежит обложению акцизным сбором;
- сложная система контроля за качеством продукции требует дополнительных затрат;
- сезонные колебания производства и сбыта не совпадают, в связи с чем возникает проблема сглаживания сезонности.

Выводы по результатам исследований

В основе менеджмента как концепции рыночного управления лежит объективная тенденция к обобществлению производства, в результате которого у крупнейших фирм появилась возможность

воздействовать на рынок, осуществляя его раздел, влиять на характер и механизм экономических отношений, регулирующих связи между рынком и производителем. На современном этапе важнейшее значение в теории управления приобретают проблемы взаимодействия с внешней средой, учета изменений внешней среды в деятельности отдельных компаний, ориентации предприятия в сложившихся условиях. Прибыль – не причина существования фирмы, а результат ее деятельности, который в конечном итоге определяется рынком. Прибыль создает определенные гарантии дальнейшему функционированию фирмы, поскольку только прибыль и ее накопление на предприятии позволяют ограничивать и преодолевать риски, связанные с реализацией товаров на рынке. Придавая важное значение регулированию рыночных отношений, теоретики менеджмента делают особый упор на необходимость приспособления фирмы к требованиям рынка по каждому конкретному продукту, выпускаемому фирмой. Организационно-технический аспект этой идеи направлен на так называемое «планирование продукта», которое охватывает систему мероприятий по изучению рынка конкретного товара, составлению программ и прогнозов, разработку и внедрение на рынок нового товара, составлению программ и прогнозов, разработку и внедрение на рынок нового товара, по активизации спроса на товары и получению высокой прибыли от его реализации.

Перспективы дальнейших исследований. Дальнейшее развитие исследований в области менеджмента прибыли будет связано с финансовым анализом факторов, влияющих на формирование и распределение прибыли предприятий, и решением методологических проблем формирования прибыли. Требуется разработать методику оценки влияния политики тезаврации на формирование прибыли предприятия.

Библиографический список

1. Большаков А.С. Современный менеджмент: теория и практика /А.С. Большаков, В.И. Михайлов. — СПб: Питер, 2002. — 416 с.
2. Герчикова И.Н. Менеджмент / И.Н. Герчикова: Учебник. 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. — 501 с.
3. Фінансовий менеджмент: Підручник / Кер. кол. авт. і наук. ред. проф. А.М. Поддєрьогін. — К.: КНЕУ, 2005. — 536 с.

Поступила в редакцию 12.03.2007 г.