

## Особенности управления прибылью организаций потребительской кооперации

© 2014 Мягкова Мария Валерьевна

кандидат экономических наук, доцент

Саранский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации  
430027, Республика Мордовия, г. Саранск, ул. Транспортная, д.17

© 2014 Айзятова Лияна Фяритовна

кандидат философских наук, доцент

Российский университет кооперации

141014, Московская обл., г. Мытищи, ул. В. Волошиной, д. 12/30

E-mail: m.myagkova13@yandex.ru

Рассмотрены особенности управления прибылью организаций потребительской кооперации, представлены направления развития механизма стратегического управления. Проведен обзор использования системы показателей оценки прибыли организаций потребительской кооперации, которые создают информационную базу принятия управленческих решений в процессе достижения и использования финансовых результатов и с учетом отражения интересов менеджмента, пайщиков и органов государственной власти.

*Ключевые слова:* прибыль, потребительская кооперация, бюджетирование, стратегическое управление, конкуренция.

Прибыль, известнейшая с давних времен категория, получила новое содержание в условиях современного экономического развития страны, формирования реальной самостоятельности субъектов хозяйствования. Выступая главной движущей силой рыночной экономики, она обеспечивает интересы государства, собственников и персонала организации. Поэтому одной из актуальных задач современного этапа является овладение руководителями и работниками, которые заняты в сфере экономики, современными методами эффективного управления формированием прибыли в процессе операционной, инвестиционной и финансовой деятельности организации.

Грамотное, эффективное управление формированием прибыли предусматривает построение в организации соответствующих организационно-методических систем обеспечения этого управления, знания основных механизмов формирования прибыли, использования современных методов их анализа и планирования.

Прибыль занимает одно из ведущих мест в системе социально-экономических отношений на всех стадиях процесса расширенного воспроизводства и представляет собой ключевой элемент экономического механизма управления субъекта хозяйствования.

Наряду с формированием прибыли в каждой организации должно быть обеспечение и эффективное управление ее распределением. Необ-

ходимо при этом иметь в виду, что каждый цикл распределения прибыли и рентабельности отчетного периода есть одновременно и процесс обеспечения эффективных условий их формирования на расширенной основе в предстоящем периоде, реализации целей стратегического развития организации.

Деятельность организаций потребительской кооперации ввиду ее специфики как некоммерческой организации, выполняющей социальную миссию за счет обеспечения эффективной экономической политики, во многом определяется развитием системы управления прибылью.

В сложившихся условиях функционирования организаций потребительской кооперации на рынке товаров и услуг управление прибылью должно обеспечивать как достаточный уровень их конкурентоспособности в процессе удовлетворения потребностей пайщиков, так и возможность социально ориентированного распределения финансовых результатов деятельности в интересах общества<sup>1</sup>.

Эффективная система управления прибылью должна базироваться на теоретических и методологических положениях, отражающих сущность и содержание прибыли в рамках деятельности организации.

Формирование направлений экономической теории позволяет определить базу формирования налоговой, бухгалтерской и экономической концепций прибыли. В таблице представлены их

Сравнительные характеристики прибыли согласно налоговой,  
бухгалтерской и экономической концепциям

Признак	Концепции		
	Бухгалтерская	Экономическая	Налоговая
Цель концепции	Отражение информации в формах отчетности	Принятие решения о вхождении в состав собственников	Уплата налоговых платежей
Источники информации	Данные бухгалтерского учета	Статистическая и биржевая информация	Данные налогового учета
Специфические критерии оценки	Конечный финансовый результат на основании данных бухгалтерского учета	Прирост экономической стоимости	Результат на основании данных налогового учета
Методика измерения прибыли	Доходы за минусом затрат, определяемых стандартами финансовой отчетности	Доходы за минусом всех издержек, в том числе упущенной выгоды	Доходы за минусом расходов, определяемых в соответствии с законодательством о налогах и сборах
Субъект управления	Директор (председатель правления), главный бухгалтер	Совет директоров, собрание акционеров (совет, собрание пайщиков)	Исполнительные и законодательные органы государственной власти, в том числе налоговые органы

сравнительные характеристики, включающие цель концепции, источники информации, специфические критерии оценки и методики измерения прибыли, которые должны быть положены в основу формирования системы управления прибылью<sup>2</sup>.

Базируясь на комплексном подходе к рассмотрению прибыли на основе выделенных концепций, важно отметить, что, являясь базовым элементом и целью деятельности организации, источником финансовых ресурсов на микро- и макроуровне, прибыль выступает объектом управления для различных групп субъектов, таких как органы государственной власти, хозяйствующие субъекты в целом и конкретно их собственники.

Под управлением прибылью следует понимать процесс принятия управленческих решений по обеспечению заданной динамики ее роста путем воздействия на факторы формирования, распределения и использования, выбора оптимальной структуры активов и эффективности их использования, а также реализации рациональной налоговой политики, удовлетворяющей интересы организации, пайщиков и государства. В долгосрочной перспективе управление прибылью должно обеспечить конкурентные преимущества за счет эффективного использования экономического потенциала и обоснованного предпринимательского риска на фоне повышения уровня социальной ответственности и приверженности кооперативным ценностям и принципам.

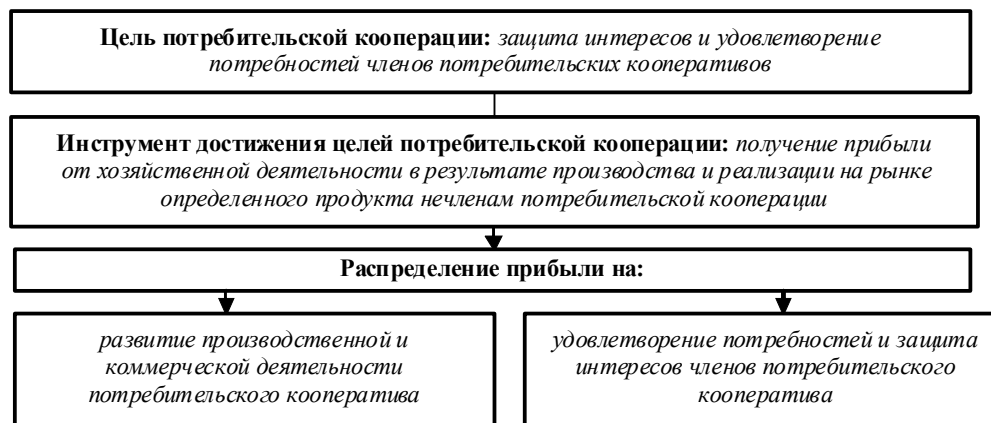
Потребительская кооперация представляет собой сложную систему противоречивых целей и инструментов их достижений. С одной стороны, главная цель потребительской кооперации - защита интересов и удовлетворение потребностей,

прежде всего, своих членов. С другой стороны, основным инструментом достижения этой главной цели служит коммерческий инструмент - получение прибыли за счет производства определенного продукта и реализации его на рынке в целях удовлетворения потребностей нечленов потребительской кооперации<sup>3</sup> (см. рисунок).

В условиях сформировавшейся принципиально новой системы рыночных отношений потребительские кооперативы становятся своеобразной альтернативной моделью коммерческой системы хозяйствования. Имея свои особенности, потребительская кооперация в рыночной системе хозяйствования заметно трансформировала основные цели, функции и механизмы реализации.

Потребительская кооперация России к началу рыночных реформ имела более чем достаточные конкурентные преимущества, однако в силу ряда причин они не были реализованы. В настоящее время кооперативная система, играющая важную роль в развитии сельских территорий, слишком медленно адаптируется к новым условиям. Один из дестабилизирующих факторов - неадекватный менеджмент, существенно ограничивающий возможности развития потребительской кооперации, повышения прибыльности ее деятельности. В связи с этим современные стратегические подходы к управлению прибылью организаций, доказавшие свою эффективность в условиях рыночной экономики, приобретают ключевую роль в реформировании потребительской кооперации, выполнении ее миссии.

В настоящее время целостного и последовательного характера применения стратегического управления прибылью система потребительской кооперации не имеет, особенно на уровне регио-



**Рис. Главная цель потребительской кооперации и инструмент ее достижения**

нов и хозяйствующих субъектов. Основная причина заключается в недостаточно эффективном механизме реализации выбранных стратегий:

- в отсутствии опыта преобразовывать стратегические цели в тактические планы;
- несвоевременных изменениях в бизнес-процессах в ответ на изменения внешней среды;
- наличии организационной структуры, не соответствующей вызовам современной экономики;
- слабой проработанности методического инструментария управления прибылью на уровне структурных подразделений.

Рассматривая сущность и функции прибыли во взаимосвязи с проблемой управления ею в организациях потребительской кооперации, целесообразно определить роль прибыли для всей системы потребительской кооперации, которая, на наш взгляд, состоит в следующем:

- удовлетворение материальных и иных потребностей пайщиков;
- формирование доходной части потребительских союзов в виде фондов и взносов;
- формирование имущества и фондов потребительского общества;
- обеспечение уровня прибыли, соответствующего рыночным условиям;
- реализация стратегических целей развития кооперации, повышение конкурентной позиции на рынке;
- рост стоимости капитала за счет накопления и использования фондов кооперации;
- развитие предпринимательской деятельности;
- удовлетворение части социальных потребностей развития потребительского общества;
- рост самофинансирования, снижение зависимости от внешних источников.

Известно, что целью некоммерческих организаций не является получение прибыли. Их

главная цель - достижение социальных результатов в различных сферах деятельности, удовлетворение потребностей в повышении качества жизни. Следовательно, в основу оценки их деятельности должны быть положены критерии и показатели социальной эффективности с учетом специфики деятельности тех или иных некоммерческих организаций.

В то же время некоммерческие организации имеют право заниматься предпринимательской деятельностью, если таковая направлена на достижение ее уставных целей. Оценка же эффективности такой деятельности определяется, как известно, максимизацией финансовых результатов (прибыли). Такие цели определяют и выбор соответствующих критериев и показателей оценки эффективности (прежде всего, экономической эффективности) коммерческих организаций, основу которых составляет соизмерение дохода (прибыли) и вызвавших их затрат.

Таким образом, роль прибыли в условиях рыночной экономики обуславливает важность таких показателей, как размер прибыли потребительских обществ, созданных фондов, налога на прибыль, характеризующего размер перечислений в бюджет в зависимости от результата финансово-хозяйственной деятельности. На базе этой информации принимаются решения по развитию стратегии управления прибылью в потребительской кооперации<sup>4</sup>.

В данной связи целесообразным является разработка механизма стратегического управления прибылью в системе потребительской кооперации, под которым следует понимать совокупность способов и приемов целенаправленного воздействия на финансовые отношения, определенные единой миссией с долгосрочным стратегическим планированием, направленные на развитие и повышение эффективности деятельности хозяйствующих субъектов.

В качестве основных целей стратегического управления прибылью, на наш взгляд, следует выделить:

- сохранение и развитие потребительской кооперации как единой, мощной системы;
  - укрепление и усиление позиций на традиционных рынках;
  - модернизация и интеграция в инновационную экономику;
  - интеграция в решении общегосударственных проблем, в том числе повышения благосостояния сельского населения;
  - дальнейшее развитие на основе эффективного взаимодействия с государственными институтами.
- Задачи стратегии управления прибылью предприятия должны состоять в следующем:
- разработка финансовой политики максимизации прибыли;
  - организация учетных, налоговых, контрольных процедур доходов и расходов;
  - снижение издержек и оптимизация затрат;
  - рост показателей эффективности деятельности;
  - автоматизация и информатизация;
  - выплата кооперативных доходов;
  - обеспечение занятости населения и развитие культуры, участие в развитии социальной инфраструктуры;
  - удовлетворение материальных и иных потребностей пайщиков.

В качестве одного из направлений развития механизма стратегического управления прибылью организаций потребительской кооперации на региональном уровне является развитие оперативного управления в форме бюджетирования<sup>5</sup>. Процесс бюджетирования в организациях потребительской кооперации следует осуществлять в такой последовательности:

- составление генерального бюджета в соответствии с финансовой, налоговой и хозяйственной политикой;

- разработка бюджетов доходов и расходов, формирующих прибыль в разрезе сегментов: операционных, географических и интегрированных;
- оценка степени выполнения бюджетных показателей в разрезе отчетных периодов;
- разработка мероприятий по управлению прибылью и прогнозирование финансовых результатов.

Генеральный бюджет по прибыли организаций потребительской кооперации следует составлять на основании данных операционных бюджетов: бюджета формирования прибыли, ее распределения и использования. Заключительным этапом бюджетирования является составление сводных бюджетов, а также подготовка генерального бюджета, данные которого необходимы для разработки тактических планов, формирования прогнозных показателей прибыли для составления бизнес-планов, стратегических планов и программ.

<sup>1</sup> Шакина О.В. Проблемы формирования эффективной учетной политики потребительских обществ // Вестник Казанского ГАУ. 2010. □ 1 (15). С. 70-73.

<sup>2</sup> Терновский Д.С., Чуб В.А. Управление прибылью организаций потребительской кооперации на основе взаимосвязи экономической, бухгалтерской и налоговой концепции: монография. Белгород, 2014.

<sup>3</sup> Губин В.В. К вопросу о критериях оценки эффективности деятельности организаций потребительской кооперации // Управление экономическими системами. 2012. □ 4. URL: <http://www.uecs.ru/uecs40-402012/item/1300-2012-04-27-08-42-40>.

<sup>4</sup> Фридман А.М. Управление финансовыми результатами организаций потребительской кооперации в условиях повышения страховых отчислений // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. 2012. □ 1. С. 72-76.

<sup>5</sup> Лычагин М.В., Титов В.В., Чистякова О.А. Учетная политика в организациях потребительской кооперации: учеб. пособие. М., 2009.

Поступила в редакцию 06.01.2014 г.