

4. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева – М.: ИНФРА-М, 2007. – 495 с.
5. Ожегов С.Н. Словарь русского языка / С.Н. Ожегов [под ред. И.Ю. Шведовой]. – М.: Рус. Яз., 1990. – 921 с.
6. Маркс К. Сочинения / К. Маркс, Ф. Энгельс Соч. 2-е изд. 1963. – Т. 26. - ч. 2.
7. Кравченко А.И. Социология Макса Вебера. Труд и экономика. / А.И. Кравченко М.: изд. МГУ, 2008. – 326 с.
8. Экономическая теория / [Под ред. А.И. Добрынина, Л.С. Тарасевича]. – СПб.: Изд. СПбГУЭФ, Изд. «Питер», 2003. – 544 с.
9. Философский энциклопедический словарь / Гл. редакция: Л.Ф. Ильичёв, П.Н. Федосеев, С.М. Ковалёв, В.Г. Панов – М.: Сов. Энциклопедия, 1983. – 840 с.
10. Федыко В.П. Основы маркетинга / В.П. Федыко, Н.Г. Федыко. – Ростов н/Д: Феникс, 2002. – 480 с.
11. Песоцкая Е.В. Маркетинг услуг / Е.В. Песоцкая. – СПб.: Издательство «Питер», 2000. – 160 с.
12. Мхитарян С.В. Отраслевой маркетинг / С.В. Мхитарян – М.: Эксмо, 2006. – 368 с.
13. Новаторов Э.В. Стратегия материализации обслуживания в маркетинге услуг / Э.В. Новаторов // Маркетинг в России и за рубежом, 2002. - № 2(28). – С. 66-71.
14. Стандартизация и сертификация в сфере услуг. – М.: Академия, 2004. – 208 с.
15. Мальченко В. М. Маркетинг послуг: Навч. посіб. / В.М. Мальченко. – К.: КНЕУ, 2006. – 360 с.
16. Маркс К. Сочинения / К. Маркс, Ф. Энгельс. Соч. – 2-е изд., 1974. - Т. 46, ч. I.

338.46

*Наливайченко С.П., д.э.н., профессор,
Крымский экономический институт КНЭУ имени Вадима Гетьмана,
г. Симферополь*

ВЫБОР СТРАТЕГИИ ПРИБЫЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Основой рыночного механизма являются экономические показатели, необходимые для планирования и объективной оценки производственно-хозяйственной деятельности предприятия, образования и использования специальных фондов, соизмерения затрат и результатов на отдельных стадиях воспроизводственного процесса. В условиях рыночной экономики главную роль в системе экономических показателей играет прибыль.

Прибыль представляет собой конечный финансовый результат, характеризующий производственно-хозяйственную деятельность всего предприятия, то есть составляет основу экономического развития предприятия. Рост прибыли создает финансовую основу для самофинансирования деятельности предприятия, осуществляя расширенное воспроизводство. За счет нее выполняется часть обязательств перед бюджетом, банками и другими предприятиями. Таким образом, прибыль является важнейшим показателем для оценки производственной и финансовой деятельности предприятия. Она характеризует сметы его деловой активности и финансовое благополучие. Экономическая сущность прибыли является одной из сложных и дискуссионных проблем в экономической теории. В Краткой экономической энциклопедии представлено следующее определение прибыли: «... Прибыль - экономическая категория, выражающая конечные результаты хозяйственной деятельности отдельного предприятия, отрасли, народного хозяйства в целом; одна из основных форм стоимости прибавочного продукта; одна из форм чистого дохода» [1, с. 195].

Зарубежными учеными трактуются различные определения прибыли:

- 1) доход тех, кто обеспечивает экономику предпринимательскими способностями или нормальной прибылью [2, с. 85];
- 2) вознаграждение предпринимателя за риск, новые идеи и усилия, которые он вкладывает в бизнес [2, с. 99];
- 3) “безусловный” доход от факторов производства [2, с. 109];
- 4) основной объект реализации распределительной функции финансов предприятий [2, с. 182];
- 5) “монопольный” доход и пр. [2, с. 234].

С марксистской позиции прибыль является превращенной формой прибавочной стоимости и определяется как разница между выручкой от реализации товара и затратами капитала. Ключевым вопросом, который лежит в основе расхождений между различными экономическими школами, является вопрос об источнике прибыли. Меркантилисты считали, что прибыль создается в обращении, и ее источником выступает внешняя торговля. А. Смит и Д. Рикардо утверждали, что прибыль это вычет из

продукта труда рабочего. К. Маркс доказал, что прибыль создается прибавочным трудом наемного рабочего. Ж.Б. Сэй трактовал прибыль как вознаграждение за труд предпринимателя. А. Маршалл говорил, что прибыль это вознаграждение за труд по управлению производством. Й. Шумпетер понимал под прибылью результат использования способностей предпринимателя к творчеству.

В современных условиях повышается значение прибыли как объекта распределения, созданного в сфере материального производства чистого дохода между предприятиями и государством, различными отраслями национального хозяйства и предприятиями одной отрасли, между сферой материального производства и непромышленной сферой, между предприятиями и его работниками. Работа предприятия в условиях рыночной экономики связана с повышением стимулирующей роли прибыли. Использование прибыли в качестве основного оценочного показателя способствует росту объема производства и реализации продукции, повышению ее качества, улучшению использования имеющихся производственных ресурсов. Усиление роли прибыли обусловлено также действующей системой ее распределения, в соответствии с которой повышается заинтересованность предприятий в увеличении не только общей суммы прибыли, но и особенно той ее части, которая остается в распоряжении предприятия и используется в качестве главного источника средств, направляемых на производственное и социальное развитие, а также на материальное поощрение работников в соответствии с качеством затраченного труда.

Таким образом, повышение прибыльности играет решающую роль в стимулировании дальнейшего повышения эффективности производства, усиления материальной заинтересованности работников в достижении высоких результатов деятельности своего предприятия, что определяет важность и актуальность темы данного исследования.

Цель статьи - выбор стратегии прибыльности предприятия в зависимости от стратегического и тактического управления процессами формирования, увеличения и распределения прибыли.

В Большом Экономическом Словаре рассмотрены шестьдесят четыре вида прибыли, такие как “прибыль случайная” (увеличение собственного капитала в результате случайных операций, не являющихся характерными для обычной хозяйственной деятельности), “прибыль нормальная” (в зарубежной экономике под ней понимается вознаграждение за выполнение предпринимательских функций; является элементом внутренних издержек наряду с внутренней рентой и внутренней заработной платой), “прибыль упущенная” (потенциальная прибыль, которая не была получена), “прибыль “пик ап” (прибыль, полученная в результате свопа облигаций, а также валютного или процентного свопа), “прибыль “брейк-ивен” (уровень операций, когда в течение указанного периода получают такую же прибыль (не меньше и не больше) как и за предыдущий) и прочие [3, с. 474-476].

Прибылью, на наш взгляд, называют то, что фактически является доходом от труда, или заработной платой, либо доходом от ренты или доходом, полученным в виде процентов за собственный капитал. Здесь речь идет не о прибыли, а о доходах, получаемых от использования соответствующих, факторов производства (труда). То обстоятельство, что эти факторы используются самими производителями, лишь несколько усложняет дело.

С экономической точки зрения такие факторы ученые отличают от прибыли и называют их безусловной заработной платой, подчеркивая, тем самым, что отождествление их с прибылью запутывает экономический анализ, поскольку одни и те же понятия называются разными словами, а это является недопустимым в науке.

Большой интерес представляет вторая точка зрения, согласно которой прибыль теснейшим образом связана с неопределенностью будущих экономических явлений, которые нельзя предсказать с достоверностью, а можно говорить о той или иной степени вероятности их возникновения. Этот взгляд пропагандировался профессором Чикагского университета Ф. Найтом, который утверждал, что вся подлинная прибыль связана с неопределенностью, а неопределенность в процессе принятия того или иного решения всегда таит в себе риск. Поскольку будущий доход не является вполне определенным, всегда имеется риск ошибиться в оценке. Таким образом, прибыль можно рассматривать как своеобразную плату за риск, поскольку неопределенность всегда порождает несоответствие между тем, что ожидается, и тем, что на самом деле происходит.

С выше указанной точкой зрения согласуется взгляд на прибыль как вознаграждение за техническое усовершенствование и успешную предпринимательскую деятельность.

Американский ученый Дж. Шумпетер утверждал, что доходы, получаемые с помощью новых технических усовершенствований и составляют прибыль. Конечно, он сознавал, что эта прибыль не может оставаться постоянной, поскольку такие усовершенствования со временем начинают использоваться другими предпринимателями, а, кроме того, появляются другие изобретения и усовершенствования, но, тем не менее, прибыль подобного рода продолжает существовать. Однако такая прибыль носит временный характер, она меняется в связи с появлением новых открытий и изобретений. В некоторых источниках

прибыль рассматривается как «монопольный доход» [2, с. 234]. Крупная фирма может получить его путем установления более высоких цен на рынке, а, следовательно, с помощью завоевания этого рынка и превращения совершенной конкуренции в несовершенную. Перечисленные выше точки зрения на сущность происхождения прибыли не исключают друг друга, а зачастую совпадают.

На вопрос о том, какая из перечисленных точек зрения лучше всего объясняет происхождение прибыли, однозначного ответа дать нельзя, ибо каждая из них раскрывает какую-то одну сторону этого сложного экономического явления и процесса. Но при этом необходимо понимать, каким образом современные предприятия и фирмы могут извлекать свои прибыли, используя разные приемы и способы. Дискуссионным до сих пор является вопрос, связанный с происхождением прибыли, и ее отношения к доходам, получаемым от использования факторов производства. С этой точки зрения становится понятным и взгляд К. Маркса, который видит источник прибыли и обогащения капиталистов в буржуазном обществе в наличии прибавочной стоимости, создаваемой наемными рабочими за счет неоплаченного труда. Иными словами, прибыль создается лишь в процессе труда и представляет лишь вторичную, производную и трансформированную форму прибавочной стоимости, буржуазную форму, в которой стерлись следы ее происхождения.

В теории существует несколько подходов к определению прибыли и четкое разграничение понятий бухгалтерской и экономической прибыли. Идея двух трактовок прибыли (бухгалтерской и экономической) получила развитие благодаря Д. Соломону. Он исходил из предпосылки, что концепция прибыли нужна для трех целей: 1) исчисления налогов; 2) защиты кредиторов; 3) для выбора разумной инвестиционной политики. Бухгалтерская трактовка приемлема только для достижения первой цели и абсолютно неприемлема для достижения третьей.

Экономическая прибыль, на наш взгляд, обычно определяется как степень улучшения благосостояния хозяйствующего субъекта за данный период времени.

Ориентируясь при выборе решения на минимально возможный уровень затрат, фирма, как правило, рассматривает эту задачу не как самоцель, а как средство решения более общей задачи – максимизации прибыли. Эта цель является главной для любой фирмы, даже если она не формулируется в виде ведущего мотива ее деятельности.

Максимизация прибыли для фирмы означает поиски путей получения наибольшей экономической прибыли, то есть разницы между общим доходом и общими издержками:

$$P_m = TR - TC \quad (1)$$

P_m – общая или чистая экономическая прибыль;

TR – общий доход, определяемый как произведение количества проданной продукции на её цену;

TC – общие издержки, включающие и прямые, и косвенные.

Если реализация будет увеличиваться, то при неизменной цене и общий доход, общие издержки будут возрастать: доход – в силу роста продаваемого количества, издержки – в силу действия закона убывающей отдачи. Прибыль будет иметь место до тех пор, пока рост дохода будет превышать рост издержек, а её размеры будут зависеть от соотношения этих величин. Поэтому для решения проблемы максимизации прибыли важно учитывать не общие, а предельные значения рассматриваемых показателей.

Можно сформулировать общее правило увеличения прибыли: фирма будет увеличивать реализацию до того момента, пока дополнительные затраты на продажу дополнительной единицы товара не сравняются с предельным доходом от её продажи. Это называется правилом $MC = MR$.

Основными взаимовлияющими факторами являются: объем продажи товаров (работ, услуг); розничные цены на реализованные товары (работы, услуги); издержки обращения; оборачиваемость и состав оборотных средств; фондовооруженность работников; налогообъемность предприятия; численность работников. Для выявления степени воздействия того или иного взаимовлияющего фактора на величину прибыли можно применять метод комплексного анализа экономической эффективности хозяйственной деятельности. При этом в совокупность взаимовлияющих факторов включаются показатели, характеризующие ресурсы, затраты и конечные результаты.

При оценке результативности деятельности предприятия используют преимущественно относительные показатели. Все показатели рентабельности тесно связаны между собой, поскольку отображают по очереди отношения чистой прибыли к выгоду от реализации продукции (услуг), стоимости притянутого имущества, собственного капитала предприятия.

Показатель рентабельности совокупного капитала характеризует прибыль, полученная из каждой гривни вложенных в деятельность предприятия средств. Показатель рентабельности собственного капитала показывает, какую прибыль принесла каждая инвестированная владельцами капитала денежная единица. Он является основным показателем, используемым для характеристики эффективности вложений в деятельность того или другого вида. Этот показатель составляет интерес для имеющих и потенциальных

владельцев и акционеров. Валовая рентабельность реализованной продукции показывает эффективность производственной деятельности предприятия, а также эффективность политики ценообразования. Операционная рентабельность реализованной продукции показывает рентабельность предприятия после отчисления расходов на производство и сбыт товаров. Чистая рентабельность реализованной продукции определяется как отношение чистой прибыли к выгоду от реализации. Рентабельность активов показывает, насколько эффективное предприятие использует свои активы для получения прибыли, то есть определяет, какую прибыль приносит каждая гривня, вложенная в активы предприятия. Рентабельность основной деятельности определяется как отношение чистой прибыли к себестоимости реализованной продукции.

Прибыль - важнейший показатель деятельности предприятия, который характеризует эффективность его функционирования. Прибыль - главная цель предпринимательской деятельности, в условиях рыночных отношений - это преобразованная форма прибавочной стоимости.

Ввиду особенностей формирования прибыли предприятия, можно определить основные дискретные варианты (концепции) обоснования стратегии управления им (рис. 1):

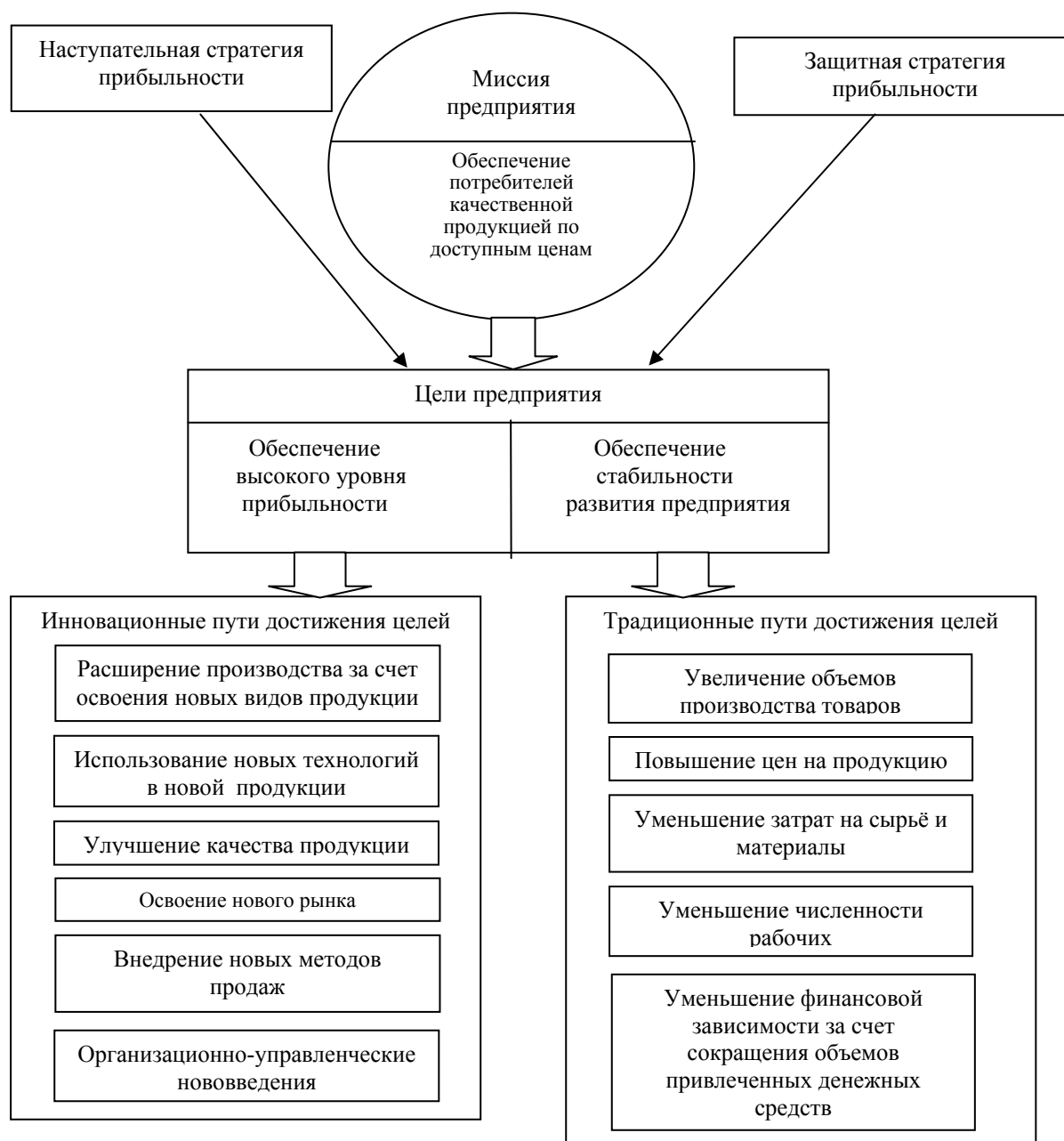


Рис. 1. Выбор стратегии прибыльности предприятия

агрессивная (наступательная) стратегия – обеспечение увеличения абсолютной величины прибыли предприятия путем максимизации уровня доходов предприятия в результате увеличения выручки от реализации товаров, работ и услуг, – обеспечения роста доходов предприятия при сравнительно стабильном

уровне затрат;

защитная стратегия – обеспечение контроля расходов с целью увеличения прибыли субъекта ведения хозяйства как разницы между абсолютной величиной доходов и расходов (такая стратегия является эффективной в долгосрочной перспективе, поскольку в краткосрочном периоде предприятие, как правило, не может существенно уменьшить уровень расходов).

Рост и развитие предприятия тесно связаны с выработкой и реализацией стратегии и тактики управления процессом формирования, увеличения и распределения прибыли. Росту прибыли предприятия способствует манипулирование тремя переменными, которые определяют его рентабельность: 1) увеличением объемов выручки; 2) уменьшением массы расходов; 3) увеличением нормы прибыли путем повышения цен.

Кроме традиционных, долгосрочная прибыльность предприятия зависит от значительно большего числа факторов, учет которых позволяет найти инновационный подход к выбору и реализации стратегии прибыльности (освоение новых видов продукции, использование новых технологий, внедрение новых методов продаж, организационно-управленческие нововведения и др.)

Литература

1. Краткая экономическая энциклопедия [сост. С.И. Лукаш и др.]- Днепропетровск: СП «Каисса Плюс», 2004.-252 с.
2. Баканов М.И. Теория экономического анализа / М.И. Баканов. - М.: Финансы», 2004.- 324 с.
3. Большой Экономический Словарь [сост. Л.А. Малютина и др.]- М.: «Финансы», 2007.- 594 с.

334.72

*Ветрова Н.М., д.т.н., доцент, Кузьмина Н.В., аспирант,
Национальная академия природоохранного и курортного строительства,
г. Симферополь*

СУЩНОСТЬ И КЛАССИФИКАЦИЯ СОСТОЯНИЙ ПРЕДПРИЯТИЯ В РАМКАХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДИАГНОСТИКИ

В экономической теории экономическая диагностика как самостоятельное научное направление рассматривается неоднозначно: Варганов А.С. [1, с. 3] считает, что главной целью является установление источника возникновения отрицательных результатов при функционировании объекта, а В. Забродский, Л. Трескунова, Л. Янов [2, с. 88] выделяют предметную область аналитической работы, которая включает оценку результативности принимаемых управленческих решений, ситуационный анализ, оценку экономической динамики и перспектив, открывающихся перед предприятием в случае реализации изменений в планировании, снабжении, регулировании и организации производства. Кроме того, в условиях неполной информации выявление проблем развития и перспективных путей их решения, а также изучение режимов функционирования предприятия должно позволять диагностировать состояние субъекта хозяйствования [3]. При этом процесс оценки состояния предприятия на определенный момент времени выступает в качестве предметной области экономической диагностики, поэтому на современном этапе необходимым является систематизация и конкретизация таких дефиниций понятийного аппарата, определяющих инструментарий диагностирования, как «состояние предприятия», «виды состояния», «диагноз состояния предприятия», что и является целью данной статьи.

В современной науке особое место занимает понятие «состояние системы». Проведя анализ генезиса и процесса развития дефиниции «состояние системы» [4, 5], сделаны следующие выводы:

конкретизация понятия состояние исследуемого объекта предполагает учет его характеристик как системы, имеющей определенную структуру, существующую во времени и взаимодействующую с другими окружающими ее системами, воздействие которых определяет изменения в объекте исследования;

возможно как качественное, так и количественное описание состояния системы на определенный момент времени;

чтобы оценить состояние системы необходимо выделить и конкретизировать собственно виды состояния системы, определить граничные значения, переход через которые фиксирует другое состояние системы на определенный момент времени.

состояние системы в теории познания признано не только философским, но и общенаучным понятием, что обуславливает использование его в медицине, физике, химии, биологии, ботанике,