

ШЛЯХИ МАКСИМІЗАЦІЇ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВ

О. С. Біліченко, кандидат економічних наук
Миколаївський національний аграрний університет

У статті розкрито основний зміст категорії прибутку в економічному та філософському розумінні. Сформульовано економічну роль прибутку. Розглянуто особливості утворення економічного, бухгалтерського та нормального прибутку на підприємстві. Проаналізовано методи максимізації прибутку підприємства. Охарактеризовано основні ринкові структури. Надано рекомендації щодо короткострокової поведінки таких ринкових утворень з урахуванням притаманних їм переваг і недоліків. Особливу увагу приділено резервам збільшення прибутку.

Ключові слова: *прибуток, максимізація прибутку, досконала конкуренція, економічний прибуток, бухгалтерський прибуток, нормальний прибуток, метод порівняння загальних величин, метод порівняння граничних величин, операційний метод.*

Постановка проблеми. Невідповідність досягнутих результатів прогнозованому рівню макроекономічного розвитку України, спричинене геополітичною нестабільністю. Зростання цін на високопродуктивні ресурси (паливно-мастильні матеріали, газ, мінеральні добрива та інші) привело до негативної тенденції витрачання раніше заощаджених засобів на оплату цих ресурсів. Спотворення сутності ринкового механізму при формуванні цін на окремих ринках, порушило загальну рівновагу та змусило підприємства переглядати свою поведінку в короткостроковому періоді, коригувати власну довгострокову політику.

Єдино незмінним в діяльності будь-якої комерційної структури на сучасному етапі господарювання залишилося завдання отримання прибутку, здатного забезпечити її подальший розвиток та ефективну діяльність в цілому.

Пошук шляхів максимізації прибутку має на меті вирішення складної проблеми - підвищення ефективності функціонування виробничої та підприємницької структур підприємства. Розуміння сутності механізму утворення прибутку, з урахуванням конкурентних особливостей діяльності в умовах часткової рівноваги, дає поштовх підприємницькій активності, ризикованій, але і одночасно прибутковій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Природа прибутку, джерела його створення, ефективність розподілу та механізм зростання завжди привертала увагу науковців у різні часи. Вирішення проблем нарощування прибутковості підприємств знайшли своє відображення у працях вітчизняних і зарубіжних вчених. Дослідженням цього питання займалися такі вчені, як: І. А. Акодів, А. В. Бугай, С. Будаговська, В. З. Бугай, О. О. Гетьман, А. Г. Загородній, Г. Г. Кірейцев, Т. А. Краєва, П. В. Круш, О. О. Ланда, П. М. Марич, С. В. Мочерний, С. М. Онисько, В. І. Подвігіна, Г. Б. Поляк, А. Г. Семенов, Г. А. Семенов, Б. М. Сердюк, Т. О. Скрипко, В. М. Шаповал, Л. І. Шваб, В. М. Шелудько [6, 8, 9, 10].

Сучасною економічною наукою напрацьовано значну кількість методичних підходів щодо формування, розподілу та використання прибутку підприємства на різних етапах його життєвого циклу.

Проте вплив різних типів конкуренції на формування прибутку підприємства, на особливості поведінки в короткостроковому і довгостроковому періоді розкритий не повністю і тому ця тематика є актуальною у наукових дослідженнях.

Формулювання завдання дослідження. Мета статті полягає в уточненні шляхів максимізації прибутку підприємства в сучасних умовах господарювання.

Виклад основного матеріалу. До питання про шляхи максимізації прибутку зверталось вже багато науковців. З певною мірою умовності всю різноманітність поглядів щодо проблеми теорії економічного прибутку можна узагальнити в тезі про різницю між доходом і витратами підприємства. Досягнення найкращого результату в умовах досконалої конкуренції хоча і має свої відмінності, проте підпадає під основні теоретичні уявлення. Проте підприємства і надалі зазнають збитків...

Прибуток є об'єктом осмислення філософів та економістів достатньо тривалий час. Він є предметним полем онтології господарства, як філософський аспект вартості та капіталу, як результат цілеспрямованої господарської діяльності людини, який полягає в осмисленні місця людини в економіці, її позиції в суспільстві та можливості самореалізації.

Існує багато поглядів, концепцій вчених та методів, які характеризують категорію «прибуток» як показник діяльності суб'єкта підприємницької діяльності. Визначаючи цей показник, суб'єкт оцінює свої можливості, підводить підсумки проведеної роботи та визначає результат. Результатом такої діяльності зазвичай є «прибуток» або «збиток», тобто позитивний чи негативний ефект.

Також необхідно зазначити, що категорія прибутку тісно пов'язана з такими поняттями, як «земля», «праця», «капітал», «підприємницький хист», «виробництво», «розподіл», «обмін», «споживання». У процесі виробництва сукупного суспільного продукту використовуються різні фактори виробництва для отримання додаткової вартості. Розуміння формування доходу (втрат), прибутку (збитку) забезпечує формування загальних уявлень та категорій про природу господарської діяльності загалом, окреслює та характеризує місце і роль людини в життєвому циклі, тобто сприяє досягненню та розкриттю сутності економіки.

Економічну роль прибутку можна сформулювати таким чином [3]:

- прибуток слугує основним критерієм оцінки ефективності діяльності підприємства;
- прибуток виступає захисним механізмом при загрозі банкрутства;
- прибуток виступає головною метою підприємницької діяльності і є основним елементом, який спонукає до ведення господарської діяльності;
- прибуток є основним внутрішнім джерелом формування фінансових ресурсів;
- прибуток є джерелом формування фондів стимулювання;
- прибуток підприємств створює передумови для економічного розвитку суспільства в цілому.

Відповідно до Закону України “Про підприємства” підприємство є самостійним господарюючим уставним суб'єктом, яке володіє правами юридичної особи і здійснює виробничу, науково-дослідну та комерційну діяльність з метою отримання відповідного прибутку.

Прибуток - це кінцевий фінансовий результат від здійсненої підприємницької діяльності, який є основою усього фінансового потенціалу суб'єкта господарювання.

Визначення поняття «прибуток» постійно ускладнювалося. Єдине, що залишалося незмінним і з чим погоджувалися усі дослідники, - це те, що прибуток є різницею, відхиленням, залишком. На ранніх етапах розвитку капіталізму економісти-меркантилісти вважали, що прибуток виникає в сфері обігу і його джерелом є торгівля (внутрішня і зовнішня). Школа фізіократів зауважувала на переміщенні джерела утворення прибутку із сфери обігу до сфери виробництва [7].

Поширене припущення про єдину мету діяльності підприємства - максимізацію прибутку, активно підтримувала неокласична економічна теорія. Згідно з цією теорією, поведінка фірми є досить спрощеною: відсутній поділ між володінням і управлінням фірмою, менеджер є одночасно власником фірми; відомі доходи і витрати фірми; фірма виробляє тільки один продукт; фірма діє раціонально, тобто максимізує прибутки за рахунок інших завдань.

Але фірма може мати й інші, неприбуткові цілі, про що стверджують управлінська теорія та теорія агентських угод. Згідно з управлінською теорією, первинною метою діяльності фірми є зростання її розмірів. Адже, чим більших розмірів досягає підприємство, тим більше можливостей з'являється у власників та менеджерів фірми. Практикою доведено, що поглинання інших підприємств, розширення ринків збуту, нарощування активів не завжди позитивно відображається на розмірах отриманого прибутку.

Згідно з теорією агентських угод, мета фірми формується під впливом взаємовідносин між власником і менеджером підприємства. Так, якщо розмір винагороди менеджера буде фіксованим, зацікавленості в покращенні ним результатів роботи не буде. Натомість власник завжди буде мріяти про зростання своїх доходів. Якщо ж розмір винагороди менеджера буде визначений у відсотках від загального результату, його діяльність буде спрямована на збільшення прибутку[2].

Сучасна економічна теорія досліджує прибуток в розділі мікроекономіки. Теорія поведінки фірми розмежовує поняття економічного, бухгалтерського і нормального прибутку[5].

Економічний прибуток - це різниця між загальним ви- торгом і загальними витратами - явними і неявними. До яв- них витрат відносять всі витрати, які відображені в реєстрах бухгалтерського обліку. До неявних відносять витрати, що не можуть бути відображені у бухгалтерському обліку, а також ви- трати на ресурси, що належать власнику і не сплачені за ринко- вою ціною. Бухгалтерський прибуток визначається як різниця між загальним ви торгом і явними витратами фірми. Нормаль- ний прибуток - це той мінімальний дохід, який має заробити підприємець, щоб залишитися у своєму бізнесі. Діяльність фір- ми досліджується у короткостроковому та довгостроковому періодах. Короткостроковим періодом можна вважати проміж- ок часу, надто короткий для заміни виробничих потужностей підприємства, але достатній для зміни рівня використання наявного устаткування. Довгостроковим періодом вважають проміжок часу, достатньо тривалий для того, щоб фірма могла змінити обсяг усіх використовуваних ресурсів, у тому числі ви- робничих потужностей.

Розрізняють чотири основні ринкові структури - досконалу конкуренцію, монополістичну конкуренцію, олігополію та чис- ту монополію. Вищезазначені ринкові структури можна поді- лити на реальні (монополістична конкуренція та олігополія) та ідеальні (досконала конкуренція і чиста монополія). Досконала конкуренція досягається тоді, коли існує велика кількість не- залежних виробників, постачальників і продавців, які не мо- жуть помітно вплинути на ринкову ціну через зміну кількості виробленої продукції. Можливості укладання на такому ринку таємних угод немає. Існує повна поінформованість про ціни та галузеві обсяги випуску. Продукт різних товаровиробни- ків однорідний, або настільки подібний, що важко відрізнити продукт одного виробника від іншого. Прикладом досконалої конкуренції є деякі ринки сільськогосподарської продукції.

Відповісти на питання про максимізацію прибутку фірми можуть допомогти два методи: метод порівняння загальних величин і метод порівняння граничних величин.

Сутність першого методу полягає в порівнянні валового доходу і сукупних витрат. Фактично необхідно дослідити економічний прибуток.

Метод порівняння граничних величин базується на аналізі граничного доходу і граничних витрат. Граничний дохід - це зміна загального доходу внаслідок продажу додаткової одиниці продукції. Граничні витрати - це величина зміни загальної вартості внаслідок збільшення випуску продукції на одиницю. Максимізація прибутку досягається у взаємодії внутрішніх і зовнішніх факторів діяльності. Основна вимога максимізації прибутку полягає у прибутковості кожної одиниці випуску. Виробництво додаткової одиниці продукції збільшує обсяг на величину граничних витрат, але одночасно підвищується і загальний дохід - на величину граничного доходу. Поки граничний дохід більше граничних витрат, прибуток у цілому підвищується, гранична максимізація ще не досягнута і підприємство може збільшувати обсяг виробництва. Як тільки граничні витрати виявляються вище граничного доходу, зростання загального прибутку сповільнюється і збільшення випуску стає збитковим. Отже, величина прибутку досягає максимуму при такому випуску продукції, при якому граничний дохід дорівнює граничним витратам (правило граничного випуску).

Крім зазначених методів у науковій літературі запропонований і операційний метод. Величина впливу операційного важеля завжди розраховується для визначеного обсягу продажу та певного валового доходу. Змінюється валовий дохід - змінюється і сила впливу операційного важеля. За постійного валового доходу, чим більшою є сума постійних витрат, тим сильніше діє операційний важіль, і навпаки. Це положення можна обґрунтувати за допомогою перетворення формули сили впливу операційного важеля:

$$\frac{\text{Валовий дохід} - \text{Змінні витрати}}{\text{Прибуток}} = \frac{(\text{Постійні витрати} + \text{Змінні витрати} + \text{Прибуток}) - \text{Змінні витрати}}{\text{Прибуток}} = \frac{\text{Постійні витрати} + \text{Прибуток}}{\text{Прибуток}}$$

При зменшенні валового доходу сила впливу операційного важеля зростає як за підвищення, так і за зниження питомої ваги постійних витрат у загальній їх сумі. Кожен процент зменшення валового доходу дає дедалі більший процент зниження прибутку, причому сила операційного важеля зростає швидше, ніж збільшуються постійні витрати. За збільшення валового доходу, якщо поріг рентабельності (точка самокупності витрат) уже пройдено, сила впливу операційного важеля зменшується: кожен процент приросту валового доходу дає дедалі менший процент приросту прибутку (при цьому частка постійних витрат у загальній їх сумі знижується).

У короткостроковому періоді досконало конкурентна фірма максимізуватиме прибуток, виробляючи такий обсяг продукції, за якого загальний виторг перевищує загальні витрати на найбільшу величину. Якщо ціна перевищує мінімум середніх змінних витрат, то досконало конкурентна фірма максимізує прибутки або мінімізує збитки в короткостроковому періоді шляхом виробництва такого обсягу продукції, за якого ціна або граничний виторг дорівнюють граничним витратам. Якщо ціна менша, ніж середні змінні витрати, то фірма мінімізує свої збитки, припиняючи виробництво.

У довгостроковому періоді конкурентна ціна має тенденцію зрівнятися з мінімумом середніх витрат виробництва. Це відбувається під впливом парадоксу прибутку, адже економічний прибуток змушує фірми вступати в конкурентну галузь доти, доки цей прибуток не дорівнюватиме нулю. І навпаки, збитки спонукають до масового виходу підприємств із галузі, доки ціна не стане знову відшкодовувати витрати на одиницю продукції.

Вищенаведений матеріал можливо розташувати у послідовність: підприємство, що за умовами функціонування наближене до досконало конкурентного, в короткостроковому періоді може отримати як економічний прибуток, так і економічний збиток. Нормальний прибуток для досконало конкурентної галузі у довгостроковому періоді дорівнює нулю. У довгостроковому періоді економічного прибутку таке підприємство не отримає.

Якщо не існує перспективи отримання стабільного прибутку для досконало конкурентної галузі в довгостроковому періоді, логічно постає питання надання рекомендацій щодо

короткострокової поведінки таких ринкових утворень з урахуванням притаманних їм переваг і недоліків.

До переваг функціонування підприємств в умовах досконалої конкуренції можна віднести:

- виробничу мобільність;
- технологічну ефективність;
- виробництво без надлишків та дефіцитів;
- використання в процесі виробництва незначної кількості ресурсів, переважно таких, що належать самому власнику, або його родині.

До недоліків можна віднести:

- фірми є ціноодержувачами і не впливають на процес ціноутворення;
- підприємства не виробляють суспільні блага;
- невеликі розміри підприємств роблять неможливим фінансування науково-технічного прогресу.

Для ефективного функціонування підприємств за умов досконалої конкуренції варто наблизитися до кращих умов господарювання за рахунок впровадження, наприклад, наступних рекомендацій:

- володіння рідкісними видами природних ресурсів або вигіднішими умовами місцезосташування;
- використання товарних знаків, брендів, авторського права;
- проведення постійного моніторингу ринкової ситуації з метою переорієнтування на виробництво інноваційних, ексклюзивних товарів або надання особливих (не притаманних в даній галузі) послуг;
- рекламування підприємства, специфічності його товарів або послуг.

Збільшення прибутку можливе також у результаті оптимізації розмірів самого підприємства за рахунок ефекту масштабу (зниження витрат виробництва на одиницю продукції при збільшенні обсягів виробництва) або під впливом ефекту синергізму (додаткові економічні переваги, що утворюються при успішному об'єднанні підприємств за рахунок ефективнішого використання їх загального фінансового потенціалу, взаємного доповнення технологій і номенклатури випущеної продукції; зниження рівня операційних затрат за рахунок накладних ви-

датків; розширення реалізації продукції за рахунок використання спільної збутової мережі та інших подібних факторів).

Висновки. Еволюція теоретичних підходів до сутності прибутку показує його складність та багатовимірність, залежить від позицій учених, з яких вони розглядають цю категорію, розвитку науки, суспільно-політичного устрою, а також від положень нормативно-правової бази країни. Стратегію господарювання визначає саме підприємство, залежно від обставин і потреб. Максимізація прибутку є тією метою, яка формує поведінку підприємств як в довгостроковому, так і в короткостроковому періодах часу. Між тим різні наукові теорії (неокласична, управлінська і агентських угод та інші) пояснюють цілі підприємств по-різному.

Стає зрозумілим, що прибуток досить складне та багатогранне явище. Важливе значення має не лише наявність прибутку, а і його величина, яка повинна бути достатньою для задоволення усіх потреб підприємства та здійснення видатків для безперешкодного відновлення виробничого процесу. На величину прибутку впливає низка макроекономічних та мікроекономічних чинників. Їх вплив є дуже складним та суперечливим, особливо в умовах постійних коливань ринкової рівноваги та з урахуванням перетворень, яких зазнає економіка України.

Відомо, що монопольне становище гарантує через механізм ціноутворення монопольно високий прибуток. Парадоксально, але це означає, що для досягнення кращого результату в досконало конкурентній галузі хоча б на деякий час необхідно наблизитися до умов чистої монополії. Розпочати надання специфічних послуг, виробництво товару, не властивого більшості наближених конкурентів. Активно використовувати диференціацію і нецінові методи конкуренції.

Список використаних джерел:

1. Бабушкіна І. Прибуток як економічна категорія: функції та основні характеристики / І. Бабушкіна, Н. Синькевич // Теоретичні та прикладні аспекти розвитку економіки : матеріали науково-практичної конференції (м. Тернопіль, 18 травня 2011 року). – Тернопіль : ТНТУ, 2011. – С. 9-10.
2. Жарун Ю. А. Шляхи удосконалення максимізації прибутку підприємства [Електронний ресурс] / Ю. А. Жарун – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/13.DNI_2007/Economics/21077.doc.htm
3. Кривицька О. Р. Оцінка прибутку підприємств за видами економічної діяльності в Україні / О. Р. Кривицька // Фінансова система України : [збірник наукових праць]. – Острого : НУ «Острозька академія», 2010. – Випуск 15. – С. 184-194.

4. Кривовязук І. В. Шляхи максимізації прибутку підприємств [Електронний ресурс] / І.В Кривовязук – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/en_em/2010_7_2/14.pdf
5. Будаговська С. Мікроекономіка і макроекономіка : [підруч. для студентів екон. спец. закл. освіти. У 2 ч.] / С. Будаговська, О. Кілієвич, І. Луніна – К. : Основи, 1998. – 518 с.
6. Мочерний С. В. Політична економія : навч. посіб. / Мочерний С. В., Мочерна Я. С. – 2-ге вид. випр. і доп. – К. : Знання, 2007. – 684 с.
7. Проскурін В. П. Історія економіки та економічних учень. Нариси економічної історії індустріальної цивілізації : навч. посіб. / Проскурін В. П. – К. : КНЕУ, 2005. – 372 с.
8. Рикардо Д. Начала политической экономии / Д. Рикардо. – М. : ЭКСМО, 2009. – 960 с.
9. Самуельсон П. Экономика : Том 2. / П. Самуельсон – М. : Алгон ; ВНИИСИ, 1992. – 414 с.
10. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / Смит А. – М. ; Л., 1935. – 112 с.

А. С. Биличенко. Пути максимизации прибыли предприятия

В статье раскрыто основное содержание категории прибыли в экономическом и философском понимании. Сформулирована экономическая роль прибыли. Рассмотрены особенности образования экономической, бухгалтерской и нормальной прибыли на предприятии. Проанализированы методы максимизации прибыли предприятия. Охарактеризованы основные рыночные структуры. Даны рекомендации по краткосрочному поведению таких рыночных образований с учетом присущих им преимуществ и недостатков. Особое внимание уделено резервам увеличения прибыли.

Ключевые слова: *прибыль, максимизация прибыли, совершенная конкуренция, экономическая прибыль, бухгалтерская прибыль, нормальную прибыль, метод сравнения общих величин, метод сравнения предельных величин, операционный метод.*

О. Bilichenko. Ways to maximize the profits of enterprises

The article deals with the basic content of the category of profit in the economic and philosophical understanding. The economic role of profit is formulated. The features of the formation of economic, financial and normal profit in the company are specified. The methods of maximizing the profits of the enterprise are analyzed. The main market structures are described. Recommendations for short-term behavior of market entities within their specific advantages and disadvantages are given. Particular attention is paid to reserves of the profits increasing.

Keywords: *profit, profit maximization, perfect competition, economic profit, accounting profit, normal profit, total value comparison method, method of comparison of limit sizes, operational method.*