

СУТНІСТЬ ТА ФУНКЦІЇ ПРИБУТКУ В УМОВАХ СУЧАСНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОСТУ КРАЇНИ

Вороніна В.Л.

Анотація. *Стаття присвячена питанню розкриття сутності та функції прибутку як найважливішої економічної категорії, яка одержала новий зміст в умовах сучасного економічного росту країни.*

Ключові слова: *функції прибутку, сутність прибутку, роль прибутку*

Аннотация. *Статья посвящена вопросу раскрытия сущности и функции прибыли как важнейшей экономической категории, которая получила новое содержание в условиях современного экономического роста страны.*

Ключевые слова: *функции прибыли, сущность прибыли, роль прибыли*

Abstract. *This article is devoted to the issue of disclosure of the nature and function of profit as the most important economic category, has received a new meaning in today's economic growth of the country.*

Keywords: *profit function, the essence of profit, the role of profit*

Постановка проблеми. Прибуток – одна з найскладніших категорій ринкової економіки. Він є стрижнем і головною рушійною силою економіки ринкового типу, основним спонукальним мотивом діяльності підприємців, і підприємств. Для пояснення етимологічного змісту, ролі і значення прибутку підприємства у період реформування національної економіки недостатньо лише констатації фактів; необхідним є здійснення певних досліджень, які, в свою чергу, потребують концептуальної основи. Зокрема, важливу роль у цьому відіграє історичний аспект походження суті прибутку підприємства.

У системі економічних теорій, пов'язаних з підприємницькою діяльністю, теорія прибутку традиційно характеризується економістами як одна з найбільш складних.

Розглядаючи дану економічну категорію, використовуючи при цьому роботи зарубіжних і вітчизняних економістів, неможливо не відзначити те, що єдиного визначення економічного поняття прибутку, яке характеризувало б найбільш точно його природу і відображало відміну прибутку від інших категорій чистого доходу, на сьогоднішній день немає. Крім того, дискусійним є не тільки визначення сутності прибутку, але і притаманних їй функцій і виконуваної ролі, що підтверджується існуванням різних підходів до вивчення даної категорії вченими на всіх етапах розвитку економічної науки.

Аналіз останніх досліджень. Питання розкриття сутності та функції прибутку підприємства досліджували українські та зарубіжні вчені, а саме: І. Балабанов, І. Бланк, Є. Брігхем, Л. Бадалов, Дж.К. Ван Хорн, Н. Власова, В. Геєц, Дж. Джуран, А. Дайле, П. Друкер, П. Єгоров, І. Кац, А. Ковальова, Г. Крамаренко, Л. Костирко, М. Коробова, Ю. Лисенко, Л. Лігоненко, І. Маркіна, В. Стасюк тощо.

Формування цілей статті. Недостатня розробленість окремих питань розкриття сутності та функції прибутку, їх теоретичне і практичне значення для забезпечення ефективного розвитку торговельних підприємств зумовлюють актуальність теми дослідження, його мету і задачі.

Виклад основного матеріалу. Теорія прибутку має глибокий генезис, так як проблеми ефективного її формування і використання цікавили економістів ще з давніх часів.

У даний час серед економістів немає єдиної думки про кількість і зміст функцій прибутку. У різних джерелах налічується від 2 до 6 функцій.

Класифікація різних точок зору авторів на функції прибутку представлена у таблиці 1.

Таблиця 1

Класифікація різних точок зору на функції прибутку
[Систематизовано автором]

Функції прибутку	Автор
Джерело формування бюджетів різних рівнів	Р.М. Іуреев Т.І. Юркова С.В. Юрков
Формування фінансових результатів	Ю.Д. Батрин
Джерело приросту власного капіталу Джерело відновлення виробничих фондів і продукції, що випускається	І.В. Колчина
Міра ефективності	П.Н. Жевтяк В.І. Колесніков
Оціночна Стимулююча Відтворювальна	Ф.Д. Шахматов В.Д. Герасимова Є.М. Піменова
Джерело поповнення державного бюджету Джерело виробничого і соціального розвитку підприємства	В.П. Кодацький

Спонування підприємства впроваджувати нововведення Розподіл ресурсів серед альтернативних видів господарської діяльності	Макконел, Брю
Основи прийняття інвестиційних рішень Мірило успіху діяльності підприємства Самофінансування Винагорода власника капіталу	А. Бабо
Міра ефективності суспільного виробництва Міра накопичення Засіб регулювання переливу капіталу	С.В. Савельєв

Ми дотримуємося думки економістів, які виділяють три функції, найбільш відповідні природі прибутку: відтворювальну, стимулюючу та узагальнюючу, як оціночного показника діяльності підприємства.

Відтворювальна функція. Прибуток є одним з основних джерел фінансування розширеного відтворення. Зацікавленість у зростанні прибутку означає використання усіх напрямів зниження витрат, економії живої та уречевленої праці та як необхідна складова для повної мобілізації внутрішніх ресурсів підприємства. Крім того, він необхідний для подальшого виробництва, поліпшення умов праці, підвищення доходів працівників, задоволення потреб населення тощо. Тобто, чим більш ефективна господарська діяльність, тим більший прибуток, і, отже, тим більше коштів можна використовувати для фінансування процесів розширеного відтворення.

Стимулююча функція. Прибуток є джерелом утворення заохочувальних фондів і соціального розвитку колективу підприємства. Вона проявляється, по-перше, у напрямку певної її частини на економічне стимулювання працюючих, учасників виробництва і засновників. Найважливішим і якісним аспектом цієї функції є те, що шляхом стимулювання вона спонукає власників та працівників до досягнення більш високих результатів. По-друге, вона пов'язана не тільки з формуванням прибутку, але і з процесами його розподілу і використання. При цьому прибуток забезпечує зв'язок інтересів суспільства, підприємств та окремих працівників.

Контрольна функція являє собою підсумок роботи, який залежить від рівня собівартості, кількості і якості продукції, продуктивності праці, ступеня використання виробничих фондів, організації управління матеріально-технічним постачанням тощо, а головне від того, наскільки ця продукція задовольняє потреби споживача і користується попитом. Величина прибутку складається під впливом багатьох чинників і відображає практично усі сторони діяльності підприємства.

В умовах розвитку ринкової економіки поняття прибутку прийняло зовсім інше значення (рис. 1), і, розглядаючи сутність прибутку, багато авторів відзначають наступні його характеристики:

1) прибуток став основною метою підприємницької діяльності, спонукальним мотивом будь-якого виду бізнесу, тому що забезпечує зростання добробуту власників підприємства. Характеристикою цього росту є розмір поточного і накопиченого доходу на капітал, джерелом якого є отриманий прибуток [3]. Якщо для власників підприємства отримання високого рівня прибутку є цілком очевидним мотивом підприємницької діяльності, то виникає питання – чи є отримання високого прибутку також спонукальним мотивом діяльності найманих менеджерів підприємства і решти його персоналу.

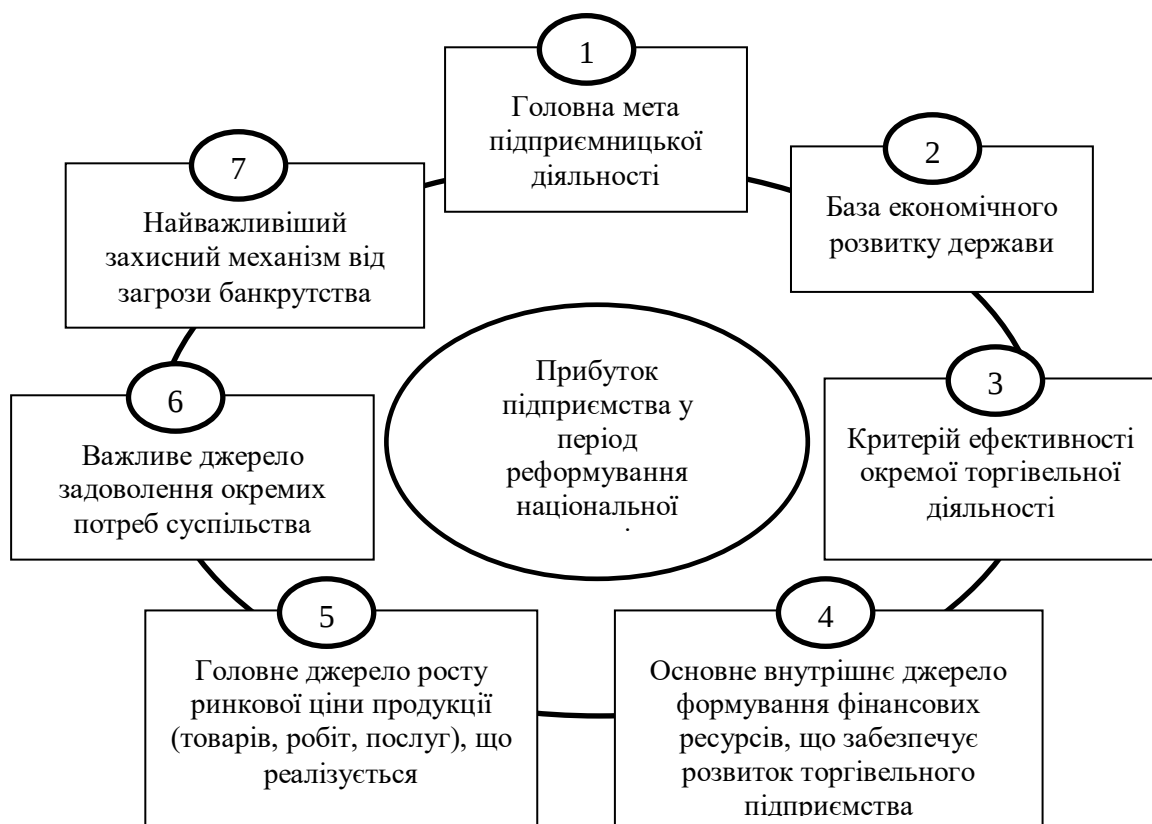


Рис. 1. Характеристика ролі прибутку торговельного підприємства у період реформування національної економіки

Вважаємо, що для менеджерів, які не є власниками підприємства, прибуток є основним мірилом успіху їх діяльності. Так, зростання рівня прибутку підприємства підвищує «ринкову ціну» менеджерів, що позначається на рівні їх особистої заробітної плати. І, навпаки, систематичне зниження рівня прибутку керованого ними підприємства приводить до зворотних результатів в їх особистій кар'єрі, рівні отримуваних доходів, можливостей подальшого працевлаштування тощо

[5]. Що стосується решти персоналу, то рівень прибутку підприємства також є досить вагомим спонукальним мотивом їхньої діяльності, особливо за наявності на підприємстві програми оплати праці за участь найманих робітників у прибутку. Прибуток підприємства є не тільки гарантом їх зайнятості (за інших рівних умов), але певною мірою забезпечує додаткову матеріальну винагороду за працю і задоволення низки їхніх соціальних потреб;

2) прибуток створює базу економічного розвитку у цілому. Механізм розподілу прибутку підприємства через податкову систему дозволяє «наповнити» дохідну частину державних бюджетів усіх рівнів (загальнодержавного, місцевих), що дає державі можливість успішно виконувати покладені на нього функції і здійснювати намічені програми розвитку економіки;

3) прибуток підприємства є критерієм ефективності конкретної діяльності. Підприємство, яке не отримує прибутку в умовах ринкової економіки нежиттєздатне і гине. Індивідуальний рівень прибутку підприємства у порівнянні із галузевим рівнем характеризує ступінь уміння (підготовленості, досвіду, ініціативності) менеджерів успішно здійснювати господарську діяльність в умовах ринкової економіки;

4) прибуток є основним внутрішнім джерелом формування фінансових ресурсів підприємства, забезпечуючи його розвиток. У системі внутрішніх джерел формування цих ресурсів прибутку належить провідна роль. Чим більше рівень генерування прибутку підприємства у процесі його господарської діяльності, тим менше його потреба у залученні фінансових коштів із зовнішніх джерел і при інших рівних умовах – тим вище рівень самофінансування його розвитку, забезпечення реалізації стратегічних цілей цього розвитку, підвищення конкурентної позиції підприємства на ринку. При цьому на відміну від деяких інших внутрішніх джерел формування фінансових результатів підприємства, прибуток є постійно відтворюваним джерелом і його відтворення в умовах успішного господарювання здійснюється на розширеній основі;

5) прибуток є головним джерелом збільшення ринкової вартості підприємства. По-перше, чим вище прибуток, тим у більшій мірі воно може здійснити розширене відтворення, спрямовуючи його частину на приріст активів, тобто капіталізує його, отже, чим тим вище ринкова вартість підприємства в цілому, яка обумовлена при його продажу, поглинанні, злитті та в інших випадках. По-друге, підприємство, яке ефективно працює на ринку, має відміну ділову репутацію;

6) прибуток підприємства є найважливішим джерелом задоволення соціальних потреб суспільства. Соціальна роль прибутку проявляється, насамперед, у тому, що кошти, що перераховуються у бюджети різних рівнів у процесі оподаткування, слугують джерелом реалізації різноманітних загальнодержавних і місцевих програм, забезпечують

«виживання» окремих, соціально незахищених (або недостатньо захищених) членів суспільства;

7) прибуток є основним захисним механізмом підприємства від банкрутства.

За інших рівних умов підприємство набагато успішніше виходить з кризового стану при високому потенціалі генерування прибутку. За рахунок капіталізації отриманого прибутку може бути швидко збільшена частка високоліквідних активів, збільшена частка власного капіталу при відповідному зниженні обсягу використовуваних позикових коштів, сформовані відповідні резервні фінансові фонди. В умовах ринку підприємець має сам визначати рівень цін на товар виходячи з конкретних умов угоди, а також комерційних умов роботи підприємства, досягнутого рівня витрат тощо. Це дозволяє нам у більш узагальненій формі зробити висновок, що прибуток у ринковій економіці формується за рахунок багатьох джерел, різних за своїм економічним змістом і кількісною визначеності.

Висновки. На наш погляд, найбільш точно відображає сутність прибутку з урахуванням його характеристик у період реформування національної економіки є визначення, дане Бланком, яке у найбільш узагальненому вигляді може бути сформульовано: «Прибуток – це виражений у грошовій формі чистий дохід підприємця на вкладений капітал, що характеризує його винагороду за ризик здійснення підприємницької діяльності, що визначає різницю між сукупним доходом і сукупними витратами у процесі здійснення цієї діяльності» [4]. У даний час акцент розуміння прибутку змістився: якщо раніше прибуток розглядався як основне устремління і приватна справа учасників ринку, то з кінця 90-хх рр.. йому відводиться макроекономічна роль головної рушійної сили ринкової економіки, що забезпечує інтереси не тільки власників і персоналу підприємства, але і держави. Процеси монополізації і зміни економічної політики держави у бік усе більшого регулювання діяльності господарюючих суб'єктів у відношенні прибутку дозволяють нам зробити висновок, що для підприємства, мета отримання прибутку – це досягнення певного рівня конкурентоспроможності.

Тому з урахуванням специфічних особливостей, які нині набула дана економічна категорія, пропонуємо сформулювати визначення категорії «прибуток» таким чином: прибуток – це виражений у грошовій формі чистий дохід підприємця на вкладений капітал, що характеризує винагороду за ризик підприємницької діяльності, який визначається як різниця між сукупним доходом і сукупними витратами у процесі здійснення цієї діяльності, спрямований на досягнення певного рівня конкурентоздатності й іміджу підприємства.

Список літератури

1. Бабо А. Прибыль / Бабо А. ; [пер. С франц. Е. П. Островской]. – [4-е изд., испр.]. – М.: Издат. Группа «Прогресс»: «Универс», 1993. – 175 с.
2. Баранцева С. Стратегія управління прибутком як регулятор діяльності підприємства / С. Баранцева // Торгівля і ринок України : зб. наук. праць. – Донецьк : ДонНУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2008. – № 14. – Т. 2. – С. 81-86.
3. Білявський В. Оцінювання ефективності соціальної діяльності торговельних підприємств / В. Білявський // Вісник Київського національного економічного університету ім. Вадима Гетьмана. – 2006. – № 3. – С. 39-46.
4. Бланк И.А. Управление прибылью / И.А. Бланк. – К.: Ника-Центр, 2007. – 768 с.
5. Блонська В.І. Вдосконалення системи управління розподілом та використанням прибутку підприємства / В.І. Блонська, П.П. Адамович // Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.-техн. праць. – Львів : РВВ НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.7. – С. 92-104.
6. Валевич Р.П. Экономика торговой организации / Р.П. Валевич, Г.А. Давидова. – Минск: Высшая школа, 2008. – 371 с.
7. Власова Н. О. Ефективність формування фінансових результатів підприємств роздрібної торгівлі: монографія / Н.О. Власова, І.Ю. Мелушова. – Харків : Харківський держ. ун-т харчув. та торг., 2008. – 259 с.
8. Гончар О.І. Формування ланцюжка вартості підприємств роздрібної торгівлі як основи управління конкурентоспроможністю / О.І. Гончар // Формування ринкових відносин в Україні. – 2010. – № 10 (113). – С. 170-175.
9. Донець Л. І. Управління формуванням прибутку підприємства в умовах ринкових форм господарювання : монографія / Л. І. Донець, С. М. Баранцева. – Донецьк : ДонНУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2009. – 255 с.
10. Мазаракі А. А. Торговельне підприємство: стратегія, політика, конкурентоспроможність: монографія / А. А. Мазаракі, Д. М. Пшеслінський, І. В. Смолін. – К : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 384 с.