

Осипов Виктор Алексеевич
Osipov Viktor Alekseevich
кафедра «Мировой экономики и экономической теории»
Владивостокского государственного университета экономики и сервиса
Department "World Economy and Economic Theory, Vladivostok State University of
Economics and Services
Профессор/professor
доктор экон.наук,
E-Mail: Viktor.Osipov@vvsu.ru

Ембулаев Владимир Николаевич
Embulaev Vladimir Nikolaevich
кафедра «математики и моделирования»
Владивостокского государственного университета экономики и сервиса
Department "Mathematics and Modeling",
Vladivostok State University of Economics and Services
Профессор/professor
доктор экон.наук,
E-Mail: Vladimir.Embulaev@vvsu.ru

08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством

Прибыль как цель разработки и принятия управленческих решений в предпринимательских структурах

Profit as a goal of management decisions making in the sphere of entrepreneurship

Аннотация: В данной статье показывается, что прибыль является реальной обратной связью экономической системы предпринимателя от потребителя. Рассматриваются доминирующие концепции прибыли с позиции включения ее как цели в управленческий процесс. Показывается, что прибыль создается не внутри данной экономической системы, а является экономией труда потребителя продукции, которая перемещается к производителю при продаже товаров. Рассматривается динамика прибыли в зависимости от жизненного цикла продукта. Предлагаются формулы для использования в управленческом решении предпринимателя.

The Abstract: This article shows net income is real payback connection from buyers to entrepreneurs. Profit is a key goal during of management decision process. Entrepreneurship profit is not appeared inside of business systems itself, but it is an economy of buyers' consumption systems. This economy transfers from customers to businesses. Dynamic of the payback movement depends on the live cycle of products and technical progress.

Ключевые слова: Прибыль, экономия, управление, обратная связь, предпринимательство.

Keywords: Profit, economy, management, payback, entrepreneurship.

В наши дни прибыль, представляет интерес в качестве объекта исследования практически всех общественных наук: истории, социологии, экономической теории и истории, культуры, права, и др. наук. Однако огромное число толкований этого явления экономической жизни не основывается на процессе принятия решений в предпринимательстве. Как следствие этого в экономической науке не сформировалась единая теория прибыли, пригодная для обоснования управленческих решений в конкретной предпринимательской деятельности.

Рассмотрим некоторые основополагающие подходы к выявлению сущности прибыли, доминирующие в экономической литературе в связи с возможностью их применения в принятии предпринимательских решений.

У Адама Смита прибыль рассматривался как фактор, формирующийся у собственника капитала, который является и организатором экономического процесса. В своем труде «Исследование о природе и причинах богатства народов» А. Смит указывал на фундаментальные свойства экономики, которые наиболее полно раскрываются в деятельности предпринимателей в условиях конкуренции. Рассматривая процессы формирования прибыли на предприятиях, А. Смит допускал, что личные интересы, и в частности получение прибыли, удовлетворяются как форма заработной платы. А. Смит отмечал: «Не исключается мысль, что прибыль на капитал представляет собой другое имя для вознаграждения особого вида труда, а именно труда по надзору и управлению» [6, с. 167].

Важный вклад в развитие теории прибыли и управлением предпринимательства внес выдающийся французский экономист Жан-Батист Сэй (1767-1832). В своем труде «Трактат политической экономии» (1803) – он изложил развитую теорию производства и распределения, отводящую важную роль предпринимателю. Главную функцию предпринимателя (entrepreneur) Ж.-Б. Сэй видел в координации факторов производства: земли, капитала и человеческого фактора, включающего не только труд, но и научные знания, необходимые для организации производственного процесса. Выполнение этих функций связано с известной долей риска, хотя Ж.-Б. Сэй явно не подчеркивает его значение [7]. Как можно видеть это практически полное изложение концепции принятой идеологии управления современной западной и в последнее время Российской экономикой. Величина факторных доходов, согласно Ж.-Б. Сэю, определяется законами спроса и предложения личностей предпринимателей. Существует рынок, на котором определяется заработная плата предпринимателя. Ж.-Б. Сэй описывает главные факторы предпринимательства, которые оцениваются на этом «рынке»: личные качества предпринимателей, их опыт, «связи». Им так же отмечалось, что кроме заработной платы в доход предпринимателя входят процент на принадлежащий ему капитал и премия за риск. В то же время Ж.-Б. Сэй считал доход предпринимателя остаточным. Предприниматель покупает факторы производства и продает продукт своего производства. То, что осталось после возмещения этого и составляет прибыль предприятия и собственно доход предпринимателя. В целом, у Ж.-Б. Сэя функции предпринимателя сводятся к активному управлению организацией в целях своих интересов (в частности наемного, с учетом творческих аспектов его деятельности) и существенно отличается от капиталиста – собственника капитала.

Представитель немецкой классической экономической школы Йозеф фон Тюнен отмечал, другую сторону предпринимательской активности. Это - «бремя несения риска». Й. Тюнен определяет прибыль предпринимателя как остаточный доход, получающийся, если из валовой выручки вычесть процент на инвестированный капитал, плату за управление и страховой взнос. При этом страховой взнос связывался с исчислимым риском предприятия. Таким образом, доход предпринимателя связан с риском непредсказуемым, от которого нельзя застраховаться. Предприниматель, по сути, является «изобретателем и исследователем в своей области» [1].

К. Маркс, опираясь на трудовую теорию стоимости А. Смита, видел в предпринимателе капиталиста, направляющего свой капитал на создание прибавочной стоимости – прибыли за счет эксплуатации рабочего класса. Поскольку капитал – это процесс самовозрастания стоимости, то естественно следует, что «...движущим мотивом и определенной целью капиталистического производства является возможно большее самовозрастание капитала» [4, с. 309-310]. При этом он впервые показал, что процесс управления производством с целью возрастания капитала с его реальным увеличением сопровождается отделением функций капиталиста от функций наемных управляющих. «Капиталист не потому является капиталистом, что он управляет промышленным предприятием, - наоборот, он становится руководителем промышленности потому, что он капиталист» [4, с. 311]. Пока капиталист сам ищет пути повышения эффективности капитала, он является собственно предпринимателем. Затем всегда при успешном росте капитала происходит процесс дифференциации управленческого труда и передачи полномочий управления на низкий иерархический уровень. «Как армия нуждается в своих офицерах и унтер офицерах, точно так же для массы рабочих, объединенным совместным трудом под командой одного и того же капитала, нужны промышленные офицеры (управляющие, managers) и унтер-офицеры (надсмотрщики, ... overlookers...), распоряжающиеся во время процесса труда от имени капитала» [4, с. 310-311]. Таким образом, в крупном производстве именно наемные менеджеры, а не капиталисты становятся проводниками капиталистической активности и, соответственно, предпринимательства. Основные противники идей К. Маркса критикуют его как за то, что он вывел прибыль как форму эксплуатации (эта сторона прибыли в современной экономической теории замалчивается), а так же за то, что невозможно с помощью его подхода выявить предпринимательскую прибыль, которая определяется не в целом по экономической системе, а в конкретном производстве. В этом, думается, была слабость глобального подхода К. Маркса.

С началом XX века проблема поиска природы прибыли была связана с активным человеком - предпринимателем. Господствующей в мировой экономической мысли становится неоклассическая теория, основанная на модели рационального человека в равновесном мире. Она, по сути, и в России приобрела некий символ веры. Непогрешимость ее отстаивается многими известными экономистами и практиками - политическими руководителями ведущих экономических стран до настоящего времени. Однако и в рамках неоклассики не сформировалась единая теория, объясняющая связи предпринимательства и прибыли особенно в связи с управленческим решением, направленным в будущее.

В соответствии с неоклассическим подходом состояние долгосрочного конкурентного равновесия характеризуется тем, что весь продукт без остатка распределяется между собственниками трех факторов производства (земля, капитал, труд) и величина чистой предпринимательской прибыли равна нулю. Но это «исчезновение» прибыли, противоречит реальностям рыночной экономики. Поэтому экономистам потребовалось теоретически выяснить природу прибыли и механизм ее возникновения. В результате выделилось два основных подхода к этой проблеме: прибыль трактуется либо как предельный продукт специфического фактора производства (предпринимательства), либо как его остаточный доход.

Представители первого подхода причисляли осуществляемую предпринимателем «организацию производства» (А. Маршалл) или «предпринимательские способности» к факторам производства и считали «нормальную прибыль» предельным продуктом этого фактора.

Попытку объяснить прибыль как преобразование риска от предпринимательской деятельности предпринял американский экономист Фрэнк Хайнеман Найт (1885-1972). В своей книге «Риск, неопределенность и прибыль» (1921) Найт развивает идею Й. Тюнена о различии между исчисляемым и неисчисляемым риском. Первый он называет собственно риском, а второй неопределенностью (uncertainty). Риск предполагает известный набор исходов, для ко-

того существует известное распределение объективных вероятностей. От такого риска вполне можно застраховаться, и страховые взносы включить в «постоянные издержки отрасли», которые перекладываются на потребителей, подобно другим издержкам производства [5, с. 14]. Другой риск «подлинной неопределенности» возникает в новом направлении деятельности – в «чистом» предпринимательстве, в котором ни вероятности, ни даже полный набор возможных исходов не известны.

Согласно подходу Ф. Найта предприниматель принимая управленческое решение знает затраты своего производства и обязан заранее расплатиться с собственниками приобретаемых факторов производства. Выражаясь современным языком, здесь задействован фактор времени в принятии экономических решений. Предприниматель в начале принимаемого решения (заранее) знает уровень себестоимости производства продукции и не знает цену, по которой будет продан его продукт. В рыночной экономике всегда существует неопределенность продажи производимого продукта, как по количеству, так и по цене продукта. Предприниматель ожидает получить за свой продукт сумму, превышающую его себестоимость. Источником прибыли, по Ф. Найту, является риск, возникающий между собственниками потребляемых им факторов производства, берущий на себя бремя полной неопределенности и избавляющий от него своих поставщиков.

Фактор времени при использовании капитала (риск) стал основным объектом изучения у Дж.М. Кейнса. Он отмечал, что «...когда человек инвестирует деньги или покупает капитальное имущество, он приобретает право на ряд будущих доходов от продажи соответствующей продукции за вычетом текущих расходов, связанных с ее выпуском, - доходов, которые он ожидает получить в течение срока службы имущества... Отношение, которое связывает ожидаемый доход от капитального имущества с его ценой предложения, или восстановительной стоимостью, т.е. отношение между ожидаемым доходом, приносимым дополнительной единицей данного вида капитального имущества, и ценой производства этой единицы, даст нам предельную эффективность капитала этого вида. Более точно я определяю предельную эффективность капитала как величину, равную той учетной ставке, которая уравнила бы нынешнюю стоимость ряда годовых доходов, ожидаемых от использования капитального имущества в течение срока его службы, с ценой его предложения» [3, с. 199]. Дж.М. Кейнс, таким образом, дал определение нового показателя прибыльности капитальных вложений, который в дальнейшем стал именоваться внутренней нормой рентабельности или дохода (Internal Rate of Return - IRR). Этот показатель рассчитывается из алгебраической суммы расходов и прибыли за ряд лет, дисконтированных с учетом обесценения разновременных затрат и результатов - показателя Net Present Value (NPV). Они сейчас широко используются в практике принятия решений по инвестированию.

Основоположники институционализма ближе всех подошли к пониманию прибыли как главного интереса предпринимательства, который реализуется в процессе обмена. Однако институционалисты, все-таки не дали исчерпывающего определения предпринимательства и прибыли. Интересным для анализа процесса трансформации функции управления в системе предпринимательства на наш взгляд стали работы Джона К. Гэлбрейта. В 60-70-е годы XX века Д.К. Гэлбрейт становится общепризнанным идеологом либерального реформаторства и обосновывает концепцию трансформации капитализма в книгах «Новое индустриальное общество» (1967) и «Экономикс и общественная цель» (1973). Нам важно отметить, что Д.К. Гэлбрейт в качестве границы появления «нового индустриального общества» установил процесс появления господства технотрактуры корпораций. Технотрактура, согласно Д.К. Гэлбрейту, – это совокупность большого числа ученых, инженеров и техников, специалистов по реализации, рекламе и торговым операциям, экспертов в области отношений с общественностью, лоббистов, адвокатов, людей, хорошо знакомых с особенностями государственного бюрократического аппарата. Технотрактура отодвинула процессы принятия реше-

ний от владельцев капитала путем монополизации знаний, требуемые для принятия решений. Ее основной положительной целью является рост фирмы. «Власть техноструктуры подчиняет себе механизм формирования цен; фирмы-гиганты занимают важнейшее место на рынках сбыта производимых ими товаров, и цена, устанавливаемая в каждой отрасли, обычно стремится к такому уровню, который отражает интересы техноструктуры, в наибольшей степени стремящейся к обеспечению роста» [2, с. 155.]. Ключевым, на наш взгляд, у Д.К. Гэлбрейта является утверждение о том, что действия техноструктуры направлены на монополизацию рынков с целью «подчинения себе механизма формирования цен», потому что именно состояние несовершенной конкуренции дает продавцу возможность манипулировать ценами и получать прибыль.

В настоящее время самой популярной, пожалуй, теорией является концепция Й.А. Шумпетера, сочетающая экономическое обоснование предпринимательской функции менеджмента с отображением психологического портрета предпринимателя. Он считал предпринимателя главным фактором развития капитализма, а предпринимательство характеризовал как процесс «творческого разрушения». В книге Й.А. Шумпетера «Теория экономического развития» (1911) предприниматель трактуется как новатор, ключевой игрок системы управления. Его функция – в реализации нововведений, играющих главную роль в развитии капиталистической экономики, в обеспечении экономического роста. По мнению Й.А. Шумпетера, роль предпринимателей состоит в преодолении инерционности экономической системы. Поскольку инерционность является внутренним свойством экономической системы, субъекты рыночных отношений не склонны к инновационной деятельности в силу рациональной ориентации в своих действиях. В результате же динамического изменения внешней среды организации возникают новые условия функционирования предприятий, поэтому лица, принимающие решения вынуждены принимать адекватные шаги. И в случаях своевременного и правильного решения получают конкурентные преимущества. Формирование динамически устойчивого конкурентного преимущества возможно только при анализе стратегических перспектив и принятии стратегических решений и реализации их в соответствующей системе управления. «Предпринимателями мы называем хозяйственных субъектов, функцией которых является как раз осуществление новых комбинаций и которые выступают как активные субъекты предприятия» [8, с. 63]. В отечественной литературе понимание, что именно предпринимательская активность является источником прибыли стала основной концепцией возникновения и получения прибыли.

Й.А. Шумпетер внес в понимание предпринимательства такую важнейшую функциональную характеристику как разработка и обоснование процесса реализации нововведений. Он считал, что именно эта функция является центральным звеном механизма экономического развития. По Й.А. Шумпетеру предпринимательская прибыль носит временный, недолговечный характер и исчезает, как только новаторская форма производства превращается в традиционную, повторяющуюся деятельность.

Таким образом, можно при рассмотрении концепций предпринимательства можно отметить следующие основные направления теории прибыли предпринимателей:

1. неоплаченный труд работников (К. Маркс);
2. временный доход, получаемый от технических нововведений (Й.А. Шумпетер);
3. результат неопределенного характера будущих событий (Ф. Найт, Дж. М. Кейнс);
4. прибыль как доход, порождаемый существованием монополий определяющих разность между ценой товаров и их производственными затратами.

Как известно, предприниматель в своей деятельности решает следующие главные для себя вопросы: что производить, для кого и когда. Процесс принятия решения идет от нового

продукта (иногда от организации нового производства). Исходя из целей нашего исследования, в дальнейшем сосредоточимся на выявлении сущности прибыли предпринимательства и особенностях управления предприятием в этой связи. Прибыль становится главной целью предпринимательской активности. И в процессе выяснения сущности прибыли, мы исходим из того, что ее источник и сама прибыль должны быть однородны с точки зрения измерителя. Как источник воды в водопроводе – вода в озере, так и источник прибыли должен быть измерен в рублях. Риски как степень вероятности наступления какого-либо процесса выражаются в процентах, т.е. вероятность как безразмерная величина - не может стать источником прибыли. То же можно сказать и о времени как факторе формирования прибыли. Это качественно разные моменты экономической жизни. Предприниматель при принятии решений всегда идет от конкретного продукта, который предполагает продать на данном рынке. И в принятии решений о производстве продукта неопределенность возникает у него вследствие незнания о будущих объемах и реальной цене продажи. Но в любом случае прибыль он считает от будущей или реальной продажи продукции. Поэтому можно отметить, что рассмотренные выше концепции прибыли оторваны от реального процесса принятия решения предпринимателя по всем функциям: планированию, организации и контролю получения прибыли. Реально когда предприниматель принимает решения о том, что производить, для кого и когда он решает вопросы сравнительной эффективности своего производства по отношению к созданию такого же продукта в рамках домашнего хозяйства потенциального покупателя его продукции.

Классики были правы, когда природу прибыли выводили из сущности стоимости, точнее из ее прироста. К. Маркс, когда рассуждал о сущности прибыли как о невыплаченной заработной плате работников занятых на производстве показал, что источник стоимости - это труд, а прибыль – неоплаченный труд. Это было многим ясно со времен А. Смита. Авторы данной статьи также придерживаются мнения, что созданная стоимость определяется величиной совокупного труда, потраченного на изготовление изделия. Но наш подход к определению сущности прибыли или прибавочной стоимости состоит в том, что она «создается» за пределами данной конкретной экономической системы - а именно у потребителя. Вследствие развития специализации производства из натурального хозяйства исторически выделялись специализированные производства, эффективность изготовления конкретных продуктов в которых была выше, чем в натуральном хозяйстве. В результате появились условия товарообмена и рыночной экономики.

Рассмотрим схематично производственную систему - предприятие или «организацию». Согласно теории фирмы любая организация создается для повышения эффективности производства в рамках данной экономической системы. В рамках любой производственной системы происходит простое воспроизводство всех потребляемых ею факторов производства. Так, оборотные средства воспроизводятся в течение одного производственного цикла и всю стоимость полностью переносят на продукцию в этот период времени. Средства труда, рассматриваемые как стоимость основных фондов, переносят стоимость по частям по мере своего износа и воспроизводятся в течение срока службы. Заработная плата, как показал К. Маркс, является стоимостью воспроизводства рабочей силы. Таким образом, видно, что в процессе воспроизводства факторов производства организации обеспечивается только простое их воспроизводство. При этом все они в рамках данной организации только переносят стоимость на продукт. Рассматривая такую организацию движения стоимости внутри предприятия приходим к выводу, что прибыль не создается внутри данной производственной системы. Она «приходит» от покупателей продукции. Прибыль - это стоимость, добровольно отданная покупателем продукции в пределах экономии своих затрат на производство аналогичной продукции. Цена товара на рынке - всегда находится между себестоимостью производителя и затратами по его изготовлению собственными усилиями.

Любое производство, фирма – это промежуточная система в рамках общественного производства. Объективно, в рамках процесса воспроизводства в отдельно рассматриваемом предприятии прибыль не создается, так как все затраты на входе в систему, в процессе кругооборота, должны переноситься на производимую продукцию.

Вернемся к концепции, что источником прибыли является риск предпринимателя. Конечно, принимая решение, он рискует, так как будущее не определено и принятие решения всегда ориентировано на будущее. В этой связи как можно объяснить всеобщее мнение, что чем больше риска, тем больше прибыль? Эта концепция в современном финансовом менеджменте доминирует. Кредитование рискованных операций всегда сопровождается повышенной ставкой «премии» банкира. Отсюда и делается «чистый теоретический вывод»: источником прибыли является риск предпринимателя. И многих современных ученых – экономистов в этом не переубедишь, так как практически все современные учебники переполнены подобными рассуждениями. Но как ответить на простой вопрос: - почему прыжки с парашютом (самое рискованное дело, на мой взгляд) не дают парашютисту прибыли, хотя риска в них гораздо больше, чем в бизнесе. Ответ, скорее всего, лежит в том, что рискованные мероприятия в конечном итоге и часто дают гораздо большую доходность на вложенный капитал. Но эти процессы - прорывные технологии, как правило, делаются с нуля и без денег. Активная молодежь идет к банкирам, а те дают, но под повышенный процент. Но и потери от неудачных инвестиционных проектов банкирам надо как - то покрывать. В целом повышенный процент на кредит является покрытием издержек неудачных мероприятий в инновационных процессах. О них обычно никто не говорит, но они есть, значит есть и невозвратные (мертвые) затраты банков которые кому-то надо покрывать. Т.е. эти затраты реально покрывают именно удачливые производства. Т.е. все здесь поставлено с ног на голову. Но поскольку в современном менеджменте, основанном на монетарном подходе приходится так мыслить. И политики управляют этими методами. Главная проблема современного менеджмента: куда дать деньги - там и «зашевелится» экономика.

Прибыль - это экономия труда, вызванная потреблением продукции на последующих стадиях производства (или часть ее). Она передается (добровольно) от предприятия - потребителя данной продукции к предприятию изготовителю во время обмена. Для потребителя - это затраты на приобретение ресурса. Считаем, что каждое универсальное предприятие может создавать все для себя, но издержки при этом как на любом универсальном предприятии более высокие, чем на специализированном предприятии. Но специализация и ее развитие приводит к тому, что товар на специализированных предприятиях становится менее дорогим. Снижение стоимости продуктов - главный результат специализации. Любая производственная система создается в целях повышения эффективности производства относительно какого-либо традиционного технологического процесса или формы организации производства. Т.е. стоимость (себестоимость) создаваемой продукции становится меньше, чем традиционное производство. Сама фирма создается для снижения стоимости относительно конкурентов или она не будет продавать свою продукцию. Это справедливо для параллельных процессов, когда предприятие конкурирует с параллельно работающими с ним предприятием. Минимум стоимости аналогичной продукции определяет ее конкурентоспособность. Если сравниваются разные виды продукции, тогда сравниваются потребительские эффекты товаров - конкурентов.

Когда предприниматель создает новое производство, то это означает создание нового технологического процесса или нового продукта, который на большем иерархическом уровне лучше удовлетворяет потребности. При этом создается экономия затрат приходящихся на единицу продукции. Она и перемещается в сторону данной производственной системы.

Рассматривая отдельное предприятие как обособившееся подразделение совокупного технологического процесса, можно увидеть, что общие издержки по производству изделий

складываются из потребленных средств производства, созданных на предыдущих стадиях, и собственных затрат. Этот процесс сопровождается весь технологический процесс.

Для предприятия, ориентированного на жесткий конкурентный рынок, условие эффективности функционирования состоит в минимизации цены продукции. Во времена ценовой конкуренции эффективным могло считаться то производство, которое обеспечивало минимальную себестоимость своей продукции и, соответственно, максимум прибыли. На современном этапе экономического развития, когда конкуренция уходит в неценовую область, эффективным может считаться лишь то производство, которое обеспечивает минимальные совокупные издержки, т.е. максимальную совокупную производительность труда.

К основным факторам, определяющим стоимость товара в условиях конкурентного рынка, можно отнести «давление» рынка на цену товара в сторону уменьшения и вынужденное «давление производителя» с целью снижения цены приобретаемых факторов производства для обеспечения собственной прибыли.

Для сравнения вариантов новой техники, технологии и других стратегических мероприятий, предприниматель всегда ориентируется на цены рынка. Для успешного входа на рынок предприятию достаточно иметь технологию, которая может и не быть самой современной. Достаточно снижать издержки относительно конкурентов, «доминирующих на рынке».

В динамическом процессе эта прибыль может определяться по формуле:

$$\mathcal{E} = (C - C) * K * T$$

или в виде выражения

$$\mathcal{E} = \sum_{j=1}^T (C_j - C_j) * K_j,$$

где C_j – фактическая цена реализации товара на рынке на j -м отрезке времени;

C_j – себестоимость производства товара на предприятии на j -м отрезке времени;

K_j – количество выпускаемой продукции на j -м отрезке времени (месяц, год);

T – количество периодов времени опережающего снижения уровня индивидуальной себестоимости продукта относительно цены товара на рынке.

При сравнении нового варианта организационно технического мероприятия с базовым этот показатель может рассматриваться как относительная экономия, получаемая с его реализацией.

Следовательно, что чем раньше внедряются новая техника и технология, чем дешевле они обеспечивают выпуск продукции по сравнению с существующими издержками, чем больше объем выпуска и чем дольше длится период опережения, тем больше будет и личный доход товаропроизводителя.

При установлении цен, всегда возникает проблема нижней границы цены (определяемой уровнем затрат производства у производителя) как эффективного уровня производителя, и верхней границы определяемой эффективностью (экономией затрат) потребителя. Экономия затрат ресурсов данной производственной системы – фактор роста эффективности производителя, а экономия затрат потребителя – фактор роста его эффективности.

Таким образом ясно, что реальный источник прибыли – это экономия затрат у потребителей продукции связанных с приобретением и потреблением покупаемых продуктов и изделий. Прибыль - это перемещенная от потребителей к изготовителю экономия труда (или затрат труда) по удовлетворению потребностей на последующих стадиях общественного произ-

водства. Покупатель приобретает продукт тогда, когда его он сам его не сделает или сделает с большими затратами. И чем больше экономия потребителя, чем больше объем продаж, чем быстрее внедряется новая техника и технология - тем больше прибыль данного предприятия - производителя. Более того авторы полагают, что в рыночной экономике прибыль (иногда доход) является главной формой обратной связи от потребителя к производителю. Чем быстрее она (экономленная стоимость на последующих стадиях производства) возвращается, тем лучше для производителя, тем короче обратная связь.

Проблема многих авторов - теоретиков состоит в том, что они рассматривают производственные отношения создания прибыли в экономической системе, которая не разделена иерархически. С появлением специализированных производств, которые стали более производительными по сравнению с комплексными производствами натурального хозяйства стало ясно что, равномерно размещенного производства нет. С позиций системного подхода ясно, что сущность объекта выступает в виде его функции, т.е. выделенное или созданное специализированное предприятие имеет главную внешнюю функцию – создание продукции, обеспечивающей экономию затрат у потребителей – это и есть цель деятельности данного предприятия. А чем больше инноваций в рамках данной системы, тем больше и экономия затрат у потребителей продукции.

Данная концепция, что прибыль - это не добавленная стоимость в рамках данной системы, а перераспределенная стоимость от потребителей в рамках более общей системы, не противоречит марксовой идее. Он рассматривал все процессы как протекающие одновременно во всех отраслях экономической системы, поэтому прибавочная стоимость у него в рамках этой общей системы и есть добавленная стоимость, созданная в «рамках данной системы». Но если рассматривать структуру общей производственной системы как составленную из отдельных специализированных производств, то можно видеть, что происходит именно перераспределение стоимости от потребителей к производителям в рамках всеобщей экономии труда.

Главное условие жизнеспособности данной организации это постоянное снижение издержек производства продукции в расчете на ее потребительский эффект. Это может проявляться в разных видах изделий или в совершенствовании ряда изделий. Проблемы формирования новых видов продукции, а первоначально и вообще по разделению труда, приводили к дифференциации эффективности производства отдельных видов продукции. Это основа возникновения торговли.

В экономических расчетах эффективности можно и нужно всегда рассчитывать условия эффективности производства, как для изготовителя, так и для покупателя. Прибыль предпринимателя является главной формой обратной связи от потребителя к производителю. Поэтому управление предприятиями и вообще по всей экономической системе должно опираться на конкретные организационные процессы, а не на монетарные схемы. А прибыль в этом должна рассматриваться как важнейшая форма обратной связи в системе управления реальным производством.

Обобщая рассмотренные процессы можно отметить, что общая картина процесса получения предпринимательской прибыли от одного изделия (или его потребительского эффекта) на предприятии может быть показана как сочетание движения во времени снижения стоимости товара на рынке, которая определяется условиями конкурентоспособности продукции и себестоимостью производства разных модификаций изделий, последовательно сменяющих друг друга в производстве. Рис. 1.

Анализируя предложенную графическую модель замены различной модификации изделий, можно отметить, что эффективность предприятия повышается за счет смещения линий затрат на производство влево и вниз, т.е. за счет двух основных факторов производства: ско-

рейшим внедрением новых поколений техники и постоянным снижением затрат на стадии внедрения и производства. На примере 1-й модификации изделия можно видеть, что в условиях конкурентного рынка любая модель техники как бы она не была эффективна и выгодна вначале производства со временем всегда становится убыточной.

Возникает отклонение, которое порождает необходимость повышения эффективности производства путем внедрения новой техники.

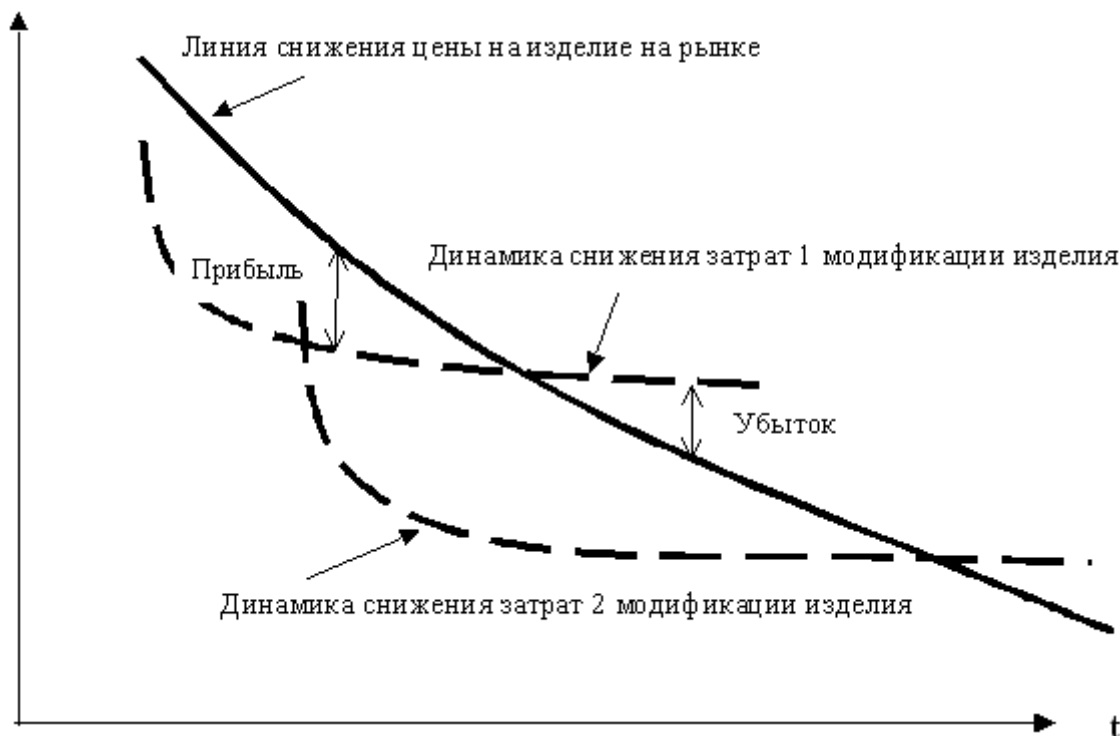


Рис. Графическая модель формирования предпринимательской прибыли от разных последовательно внедряемых модификаций изделий

В самом общем виде, учитывающем плавное изменение во времени цены товара на рынке, индивидуальной стоимости и объема реализации товара, экономия (прибыль) может определиться в виде разности определенных интегралов:

$$\mathcal{E} = \int_{t_1}^{t_2} f_1(t) * f_3(t) d(t) - \int_{t_1}^{t_2} f_2(t) * f_3(t) d(t)$$

или в виде выражения

$$\mathcal{E} = \int_{t_1}^{t_2} [f_1(t) - f_2(t)] * f_3(t) d(t),$$

где t_1 и t_2 – начало и конец рассматриваемого периода;

$f_1(t)$ – функция изменения цены товара на данном рынке во времени;

$f_2(t)$ – функция изменения индивидуальной себестоимости изделия во времени;

$f_3(t)$ – функция количества продаж данного товара данным товаропроизводителем во времени.

Здесь уместно повторить, что чем раньше внедряются новая техника и технология, чем дешевле они обеспечивают выпуск продукции по сравнению с существующими издержками, чем больше объем выпуска и чем дольше длится период опережения, тем больше будет и личный доход предпринимателя.

Идея нового товара рождается в сфере производства. В первоначальный период входа на рынок с этим товаром он обладает признаками дефицитности. Как правило, мощности по производству такого товара отстают от потребности в нем, вследствие чего цены на него высоки и определяют рентабельность выше нормального уровня. В этот момент возникает иллюзия, что именно спрос рождает предложение. Когда продукт из нового становится традиционным, происходит расширение рынка сбыта, вследствие чего цены понижаются, приближаясь к уровню средней себестоимости. В этот момент у предпринимателя вновь возникает идея нового продукта, которая сможет обеспечить сверхприбыль в течение определенного времени до момента его устаревания. И так далее. Попутно можно сказать, что этот процесс формирует «моральный износ» у предприятий – потребителей данного продукта.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гинс Г.К. Предприниматель.- М., 1992.
2. Гэлбрейт Дж. К. Экономические теории и цели общества. М., 1973.
3. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег / Пер. с англ. - М.: Прогресс, 1978. - 494 с.
4. Маркс К., Энгельс Ф. Избранные сочинения. В 9-ти т. Т.7. – М.: Политиздат, 1987. - XX, - 811 с.
5. Найт Ф. Понятие риска и неопределенности //Thesis. Вып. 5. 1994.
6. Смит Адам. Исследование о природе и причинах богатства народов (книги I - III). М.: Наука, 1992. 572 с.
7. Сэй Ж.-Б. Трактат политической экономии. – М., 1986.
8. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития: Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры: Пер. с нем. – М., 1982.

Рецензент: Ворожбит Ольга Юрьевна, зав.кафедрой «Финансы и налоги» Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, доктор экон. наук, профессор