

5. Современным направлением обеспечения прибыли является активизация инновационно-инвестиционной деятельности отечественных предприятий, повышение на этой основе конкурентоспособности национальной экономики.

6. Весьма актуальной проблемой формирования прибыли является необходимость концентрации капитала на предприятиях страны на основе синтеза макро- и микроэкономики, партнерства бизнеса и государства, создания финансово-промышленных групп, кластеров, холдингов, объединений и комплексов крупного, среднего и малого бизнеса.

7. Решение комплекса проблем управления формированием прибыли немислимо без создания высокоэффективной системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров, исключающей подмену качества количеством. Эта проблема требует активного государственного стратегического управления и прогнозирования структуры подготовки кадров. Упование, надежда на решение этих проблем текущими возможностями рынка является антинаучным и крупной стратегической ошибкой.

8. Так как проблема формирования прибыли и ее роста на предприятиях является системной, то ее решение требует организации комплексного, системного и гибкого управления прибылью, разработки и реализации организационно-экономического механизма повышения прибыли, который включает три взаимодействующих блока: 1) рыночного саморегулирования; 2) государственного нормативно-правового регулирования; 3) центрального блока механизма – внутрипроизводственного управления по всем видам деятельности предприятия с использованием современных методов и приемов управления формированием и использованием прибыли на предприятиях [2].

#### **Литература**

1. Головачев, А.С. Прибыль – дело системное / А.С. Головачев // Директор. – 2013. – № 11. – С. 28–30.
2. Головачев, А.С. Методологические основы управления формированием прибыли на предприятии в условиях его инновационного развития / А.С. Головачев // Экономика и управление. – 2016. – № 1. – С. 13–20.
3. Бланк, И.А. Управление прибылью / И.А. Бланк. – Киев: Ника-Центр, Эльга. – 2002. – 752 с.

## **Прибыль в системе целей современного предприятия**

**Н.В. Шинкевич**

*Минский инновационный университет, г.Минск, Республика Беларусь  
kafeur@miu.by*

Подавляющее большинство современных предприятий в сложившихся условиях хозяйствования Республики Беларусь позиционируются как самостоятельные субъекты, ведущие свою деятельность на условиях коммерческого расчета, важнейшим из которых является ориентация на получение прибыли. Данное условие определяет статус предприятия как коммерческой организации (ГК РБ, ст. 46). В силу этих обстоятельств в уставных документах таких предприятий принято указывать, что главной целью предприятия является получение прибыли. Данное положение содержит серьезную методологическую ошибку – фактически происходит подмена категории цели и условия деятельности – и может привести к разбалансированию экономических процессов на предприятии, потере его экономической устойчивости.

Мировая практика хозяйственной, предпринимательской деятельности свидетельствует, что в ряде случаев главенствующее стремление к прибыли, особенно по принципу «здесь и сейчас», не всегда во благо субъекту хозяйствования. Механизм формирования прибыли предприятия предполагает регулирование доходов и затрат – увеличение первых и сокращение вторых. Быстрое увеличение доходов возможно за счет изменения цены (в условиях экономики Республики Беларусь эта мера существенно ограничена) и загрузки имеющейся производственной мощности при условии устойчивого спроса на продукцию предприятия. Очевидно, что для большинства белорусских предприятий этот путь уже исчерпан в силу невысокой конкурентоспособности их продукции. Другие пути существенного увеличения доходов предприятия связаны с серьезными инвестициями и направлены на рост прибыли в среднесрочном и долгосрочном периоде на основе развития предприятия.

Второй путь быстрого получения прибыли – сокращение затрат, главным образом тех, которые связаны с деятельностью, не приносящей быстрого роста доходов. В этом случае обычно попадают под сокращение перспективные разработки, крупные реорганизационные и научно-технические мероприятия и т.п. Дорогостоящими также являются мероприятия маркетинга, направ-

ленные на глубокое исследование рынка, проведение экономических оценок перспективности той или иной продукции и др. Весьма популярной в отечественной практике также является мера по снижению величины материальных затрат на основе удешевления закупок материалов, в результате чего страдает качество продукции со всеми вытекающими последствиями.

В результате стремление к «быстрой» прибыли при отказе от стратегических решений по развитию предприятия наносит экономике предприятия скорее вред, чем пользу. Статистика финансовых результатов отечественных предприятий, учитывающая и данный фактор в том числе, свидетельствует: сумма чистого убытка организаций Беларуси за январь–ноябрь 2015 года составила 29,3 трлн рублей, что в 2,33 раза больше, чем за январь–ноябрь 2014 года. На одну убыточную организацию чистый убыток вырос в 1,51 раза, до 18,4 млрд рублей. Чистая прибыль организаций Беларуси в январе–ноябре 2015 года по сравнению с таким же периодом 2014 г. снизилась на 27,3 %, до 38,1 трлн рублей. Прибыль от реализации увеличилась на 15,3 %, до 113,3 трлн рублей. Себестоимость реализованной продукции, товаров, работ, услуг увеличилась на 9,9 %, до 1,143 трлн рублей [1].

Преодоление обозначенных выше стереотипов в решениях по формированию прибыли на предприятии является важнейшей задачей экономической науки и практики, поэтому разработка методологических основ целеобразования с использованием категории прибыли и их пропаганда на практике весьма актуальны. Четкое представление о месте и роли прибыли в системе целей предприятия позволит принимать обоснованные решения по мероприятиям, направленным на ее увеличение.

Категория цели лежит в основе одной из базовых функций управленческой деятельности и выражает желаемый для организации (предприятия) результат ее деятельности. Такие результаты могут различаться как по уровню планирования (стратегические, тактические, оперативно-производственные), так и по содержанию и характеру последствий их достижения (экономические, социальные). При этом главным результатом деятельности предприятия следует считать производство общественных благ, а главной целью предприятия – удовлетворение (в форме товаров, услуг) определенных общественных потребностей, что и находит свое выражение в миссии предприятия, его предназначении. Экономическая категория прибыли связана с системой экономических целей разного уровня и в ряде случаев выступает как необходимое условие их достижения.

В докладе обсуждается иерархическая структура желаемых (планируемых) результатов деятельности предприятия как коммерческой организации и показана роль прибыли в каждом из возможных результатов.

Понимание связи прибыли с каждым из результатов позволит принимать более взвешенные управленческие решения и будет способствовать укреплению экономического состояния предприятий на основе устойчивого и долговременного роста прибыли.

#### **Литература**

1. Финансовые результаты Беларуси за январь–ноябрь 2015: чистый убыток организаций за год вырос вдвое [Электронный ресурс]. – Сайт белорусских исследований. – Режим доступа: <http://thinktanks.by/publication>. – Дата доступа: 15.01.2016.

## **Восприимчивость национальной экономики к инновациям**

**В.И. Донцова**

*Минский инновационный университет, г. Минск, Беларусь  
kafeur@miu.by*

Одними из первоочередных задач для стран, стремящихся лидировать в условиях глобализации, становятся активизация инновационной деятельности и повышение восприимчивости национальной экономики к инновационным процессам. Основными показателями, отражающими восприимчивость реального сектора экономики к инновационным изменениям, являются увеличение выпуска принципиально новой продукции и повышение доли этой продукции в общем объеме производства. Для оценки факторов, способствующих инновационной деятельности субъектов хозяйствования, важное значение имеет методологически полное определение понятия «инновационная восприимчивость». В контексте анализа инновационной модели развития экономики инновационная восприимчивость определяется как способность генерировать передовые научно-технические идеи и готовность гибко перестраивать производство в соответствии с созданием, освоением и использованием инноваций. Если способность генерировать новые