

також великою мірою визначає специфіку їх поведінки на ринку. Здобуття значних управлінських і комерційних свобод у процесі реформ за мінімальної відповідності умовам "досконалого ринку" призводить до порушення цими організаціями об'єктивних економічних законів.

Побудова системи державного регулювання та контролю за діяльністю суб'єктів природних монополій у вітчизняній економіці пов'язана з прийняттям закону [1], що формує нормативну базу у сфері регулювання ринків, які перебувають у стані природної монополії. Закон не стимулює розвитку конкуренції, а навпаки, сприяє її обмеженню, оскільки конкуренція на ринках природних монополій є малоефективною. При цьому потрібно зауважити, що крім реальних (водопостачання, теплозабезпечення, міське електропостачання) інші галузі, які прийнято вважати природними монополіями (НАК "Нафтогаз України", "Укрзалізниця", АТ "Укртелеком") структурно включають як природномонопольні сегменти, так і ознаки підприємств, що за своєю суттю та економічним змістом можуть функціонувати на конкурентних засадах.

Закон [1] легалізує саме поняття природної монополії у вітчизняній економіці, регламентує підходи до визначення параметрів функціонування і розвитку ринків, що перебувають у стані природної монополії, на основі оптимального збалансування економічних інтересів усіх зацікавлених суб'єктів – виробників, споживачів і держави. Таким чином, поняття "природна монополія" перестало бути просто економічною категорією. Закон трактує її як особливий стан товарного ринку, якому іманентно властиві дві ознаки: перша пов'язана з технологічними особливостями виробництва, що зумовлює неефективність і навіть недоцільність створення та діяльності аналогічних підприємств у цих секторах економіки. Через особливу структуру витрат (утримання мережних споруд) виробництва, які забезпечують можливість економії на масштабах, задоволення попиту в умовах монополії на такому ринку є більш ефективним, ніж при конкуренції. Друга ознака – продукція, що пропонується на ринку природними монополістами, не може бути замінена товарами інших галузей.

Література

1. Закон України "Про природні монополії", набрав чинності 20 квітня 2000 р. за №1682-ІІІ.
2. Онищук Г. Економіка житлово-комунального господарства: нові підходи у формуванні цінової і тарифної політики // Економіка України. – 2001, №7. – С. 22-28.
3. Сиротяк Р.М. Державне регулювання ціноутворення природних монополій // Формування ринкової економіки в Україні. Науковий збірник. Спецвипуск 8 "Формування нової парадигми економічної теорії в Україні". – Львів: Інтерек, 2001. – С. 229-233.

УДК 338.242.2

Проф. Б.І. Шургот, канд. екон. наук – Люблінський
Католицький Університет

РОЛЬ ПРИБУТКУ В МАРКЕТИНГОВІЙ СТРАТЕГІЇ І ЙОГО ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ФІРМИ

Збільшення вартості фірми визначається як основний критерій оцінки ефективності її функціонування на перспективу. При цьому враховується ризик, якому піддаються як власники, так і інвестори.

Income role in marketing strategy and his sense for investment attractiveness of firm

Augmentation of firm cost determines as basic effectiveness estimation criterion of her functioning on perspective. Under this takes into account a risk, to which strike both the proprietors and investors.

Виходячи з прозорості поняття мети, можна вважати, що мета фірми – це не що інше, як загальнозрозуміле бажання досягнути прибутку за будь-яких умов її існування.

Практично мета фірми може виражатися різними за стратегічним масштабом рівнями, які диктуються реальними обставинами. Один з варіантів стратегічної мети є відчутне збільшення прибутку. Однак, якщо його неможливо відчутно збільшити, то утримати стан фірми на попередньому досягнутому вже рівні (з можливими деякими відхиленнями в обидві сторони), що становить другий варіант мети. У складних ситуаціях для збереження свого існування на ринку фірма може погодитися на тимчасове (може навіть вагоме) зниження прибутку у межах допустимої величини – третій варіант стратегічної мети.

Відповідно до цього можна так окреслити три види стратегічних цілей фірми, а саме: зміцнення (мається на увазі відчутне зміцнення) стану фірми на ринку; збереження існуючого стану; утримання на ринку.

Крім вище перелічених стратегічних цілей можуть бути варіанти їх комбінації. Так, якщо фірма велика і має у своєму складі філії, або виготовляє декілька різних видів продукції, то можливі варіанти комбінацій цілей: на різних філіях (видах продукції): метою однієї філії (виду продукції) може бути різке зростання становища на ринку, а другої (виду продукції) – лише стабілізація становища, яке похитнулося, або збереження свого існування на ринку з метою перецікування "важких часів". Можливі інші їх комбінації.

На підставі окресленої мети фірми розробляється стратегія її досягнення:

- максимізація вартості підприємства протягом тривалого часу;
- максимізація обсягу продажу;
- необхідний рівень рентабельності капіталу, продуктивності витрат чи ресурсів;
- чіткість у діяльності, під якою розуміється швидка та високоякісна реакція на потреби клієнтів;
- досягнення прийнятної рівня ризику;
- довготривале існування підприємства;
- дотримання існуючого рівня працевлаштування;
- стабілізація доходів;
- охоплення запланованої частки ринку;
- внутрішня впевненість;
- максимізація винагороди керівництва [1, ст. 4].

Розглянемо найцікавіший з нашого погляду та одночасно найскладніший варіант стратегії фірми, який базується на зниженні прибутку (звичайно, тимчасовому).

Фірма, яка хоче розвиватись, потребує припливу власного чи залученого капіталу. Власники капіталу, у більшості випадків, очікують певного рівня доходу, який з часом покриє не тільки реальну його величину, але й принесе також компенсацію за певний ризик. "Проблемою кожного бізнесу є не максимізація

прибутку, а отримання достатнього прибутку, який покривав би ризик від економічної діяльності, і у той же час дозволяв би уникати збитків" [2, ст. 51].

Фірма, яка не приносить відповідного економічного результату, втрачає довіру власників капіталу, і вони усуваються через продаж акцій чи відмову від подальшого кредитування (від джерел залучених капіталів). Недооцінювання значення прибутку впливає на послаблення фінансових кондицій фірми і веде до зниження темпів її розвитку, а навіть до загрози подальшому її існуванню.

Прибуток виконує на фірмі три основні функції:

- є остаточним тестом продуктивності бізнесу, мірою його ефективності і солідності;
- є винагородою за господарський ризик. Тільки завдяки можливості отримати високі економічні вигоди власники капіталу є згодними на ризик його втрати. Відсутність прибутку або невідповідний його рівень відбиває бажання інвесторів вкласти капітал у дану фірму;
- є джерелом інвестування, залучення отриманого капіталу для впровадження інновацій і майбутнього розвитку фірми. Всі фірми, незалежно від сфери діяльності, повинні піклуватися про такий обмежений ресурс, яким є капітал. Якщо управління наявним капіталом було поганим, а здатність до пошуку нових капіталів є дуже низькою, то часто вона не може реалізувати навіть дуже добрих ідей (інновацій), втративши довіря в очах потенційних інвесторів [3, ст. 93].

Однак прибуток не є категорією однозначною. Бухгалтери та інвестори по-різному його розуміють, оскільки по-різному розцінюють ризик на фірмі.

Бухгалтери обраховують прибуток за звітний період, який в основному становить один рік. У житті фірми — це досить малий відрізок часу, якого у багатьох випадках не вистачає на реалізацію інвестицій, вже не кажучи про вигоди, що пов'язані з цими інвестиціями, і які будуть виникати протягом всього періоду їх експлуатації. У багатьох випадках у перших періодах експлуатації інвестицій бухгалтерський прибуток невеликий, або навіть можуть проявлятися збитки. Це відбувається доти, поки не будуть повністю освоєні виробничі потужності, що у наступному принесуть високі прибутки. Більше того, бухгалтерський прибуток можна легко максимізувати, у короткотермінових періодах, ціною довгострокових (наприклад, відкладаючи необхідні ремонтні роботи). Його величину можна відповідно зменшити через систему бухгалтерських резервів, наприклад, створивши резерв майбутніх витрат чи необхідну готівку, що спричиняє зменшення бухгалтерського прибутку, тоді як відмова від таких резервів спричиняє зростання бухгалтерського прибутку. Загальність принципів і умов утворення цих резервів створює певні можливості відображення різних фінансових результатів при однаковій величині продажу і однакових операційних витратах.

Тому бухгалтерський прибуток не може бути основним критерієм оцінки ефективності роботи фірми, а також не може бути міркою реалізації її цілей в умовах ринкової економіки на перспективу. Це стосується як короткотермінового, так і довгострокового періоду.

Власники очікують винагороди адекватної ризику за капітал, вкладений у фірму. Будь-який рівень бухгалтерського прибутку не задовольняє ці очікування. Отриманий після сплати податків прибуток не повинен бути нижчим від рівня, обіцяного акціонерам (пайовикам), і очікуваної норми відтворення капіталу. Власники, які отримують доходи, нижчі від рівня очікуваної норми відтворення капіталу, несуть, умовно кажучи, збитки, не отримуючи достатньої винагороди за

економічний ризик. Однак подібні збитки можуть бути і при позитивному бухгалтерському результаті. Це проявиться у різниці між очікуваним прибутком і додатним бухгалтерським результатом, отриманим реально, у ситуації, коли насправді останній має нижчий рівень. Якщо ж реальний рівень бухгалтерського прибутку є вищим від очікуваного, то виникає надприбуток. Оскільки прибуток є джерелом зростання вартості підприємства, багатства його власників, довготерміновою метою підприємства є не отримання бухгалтерського прибутку, а зростання вартості підприємства.

Зростання вартості фірми, як довготермінова її мета, має такі особливості:

- вартість є найбільш бажаною синтетичною мірою ефективності, яка відображає всі аспекти діяльності фірми, чого не можна сказати про прибуток. Зростання прибутку не обов'язково означає зростання ефективності господарювання і може бути досягнуто завдяки використанню екстенсивних факторів. Для прикладу, при зниженні віддачі інтенсивних факторів (наприклад, зростання продажу і, пов'язане з ним зростання виробництва), можна досягнути певного зростання прибутку шляхом збільшення зайнятості при одночасному спаданні продуктивності праці;
- поважних інвесторів часто не цікавлять поточні дивіденди, які залежать від отриманого чистого прибутку. Їх цікавить збільшення капіталу у довготермінових періодах. Тому вартість фірми — це категорія довгострокова, яка опирається на майбутні грошові потоки.

Вартість, як мета фірми, концентрує увагу керівництва на двох важливих аспектах господарської діяльності, а саме: на необхідності повернення грошових внесків, які є умовою постійної праці фірми, і на господарському ризику, якого не можна уникнути, але необхідно мінімізувати. Достатньо висока норма відтворення здійснених вкладень робить можливим продовження господарської діяльності і полегшує пошук нових капіталів, необхідних для розвитку фірми і одночасно визначає рівень господарського ризику, на який можуть погодитися інвестори.

Концентрація керівництва на зростанні вартості фірми пов'язана з необхідністю впровадження відповідних змін у систему управління фірмою. Ці зміни пов'язані з таким:

- переорієнтацією пріоритетів та стратегії бізнесу, тобто підпорядкування реструктуризації фірми довготривалим інтересам власників, що відповідає максимізації ринкової вартості на довготривалому проміжку часу;
- впровадженням звітності про результати діяльності порівняно з затвердженими планами і бюджетами всіх організаційних одиниць фірми, що означає перехід від управління через функції до управління процесами;
- впровадженням особливих засад обліку витрат і прибутків, створених у певних одиницях ведення бізнесу;
- проектуванням та впровадженням мотиваційної системи спрямованої на зростання вартості фірми на всіх рівнях її управління;
- побудовою та впровадженням комунікаційної системи (точна і правильна інформація) всередині фірми та із зовнішнім світом.

Зростання вартості фірми створює також додаткову вартість і для суспільства [4, ст. 25].

Господарська діяльність є найважливішим джерелом багатства суспільства. Процвітаюча і добре розвинута фірма створює нові місця праці, генерує нові замовлення на матеріали, енергію, що є рушійною силою розвитку інших фірм. Зростання вартості фірми, що пов'язане з її розвитком, робить можливим погодження суперечливих між собою групових інтересів. Збільшення продажу при-

зводить до оновлення виробництва і технологій, завдяки чому зростає продуктивність праці, що створює умови для росту платежів. Тільки управління, зорієнтоване на зростання вартості фірми, робить можливим прийняття кращих рішень і досягнення більш вигідних компромісів незалежно від суспільних умов, в яких функціонує суб'єкт господарювання [5, ст. 22].

Вище наведені міркування дозволяють стверджувати, що однією, гідною уваги метою фірми є створення додаткової вартості, тобто примноження її вартості. Така мета скеровує керівництво фірми на врахування довготермінових часових перспектив, змушує його мислити стратегічно, підпорядковує поточну діяльність перспективному баченню фірми, враховує всі аспекти її функціонування. Джерелом цієї мети є економічний прибуток, який є надлишком бухгалтерського прибутку над рівнем, що випливає з очікуваної норми відтворення капіталу власника. У добре функціонуючій системі конкуренції реалізація цієї мети забезпечує ефективну діяльність фірми на перспективу.

Повертаючись до варіантів стратегічної мети, на перший погляд виникає враження, що фірма, у якої метою є відчутне збільшення прибутку (перший варіант розглянутих вище цілей), виглядає найперспективнішою і найпривабливішою з точки зору вкладення інвестицій. Однак це не завжди так, що видно з міркувань у даній статті. Другий варіант стратегічної мети видається мало перспективним, оскільки може скластися враження, що керівництво фірми задоволене її станом і не піклується про подальший розвиток. Третій варіант – це не тільки випадки, коли у складних ситуаціях для збереження свого існування на ринку, фірма змушена погодитися на тимчасове, може навіть вагоме, зменшення прибутку, або проголосити про своє банкрутство. Можливий також варіант, коли зменшення поточного прибутку заплановане заздалегідь, що повинно вилитися у його суттєве збільшення у майбутньому за рахунок збільшення вартості фірми. Саме такий варіант стратегічної мети слід вважати найперспективнішим і найпривабливішим для інвесторів.

Література

1. Котлер Ф. Основи маркетингу. – М. – 1996.
2. Друкер П.Ф. Практика управління. – М. – 1994.
3. Девіс Е.В., Поінтон Д. Фінанси і фірма. – Варшава: PWE. – 1997.
4. Блек А., Райт П., Бахман Д.Е. У пошуках вартості для акціонерів. Дім Видавництва ABC. – Варшава, 2000.
5. Конеланд Т., Котлер Ф., Муррін Д. Оцінка, вимір і формування вартості фірм. – М. – 1997.

УДК 657.1

Доц. І.Й. Яремко, к.е.н. – Львівський НУ ім. І.Франка

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ДОХОДІВ МУНІЦИПАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ (КОНЦЕПЦІЯ ВІДТВОРЕННЯ КАПІТАЛУ)

Розглядаються як складові доходів специфічні бухгалтерські категорійні поняття (дотації, пільги, субсидії), які не мають чіткої регламентації законодавчими приписами з питань ведення обліку. З метою адаптації галузевої облікової системи до стану реальної економіки, запропоновано концептуальні підходи взаємопов'язаного розгляду бюджетних надходжень як доходів і відтворення капіталу.

Peculiarities of accounting of income of municipal enterprises (the conception of reproduce of capital)

The specific accounting categorical notions (subsidies, favorable, grants) as elements of income, which don't have clear regulation by legislative instructions on questions of caring on the accounting are examined. The conceptual approaches of interrelated consideration of budget's receive as income and reproduce of capital with the purpose of adaptation of branch accounting system to the position of real economy are proposed.

Законодавча регламентація з питань обліку [1, 2] визначає доходи, як збільшення економічних вигод у вигляді надходження активів або зменшення зобов'язань, які призводять до зростання власного капіталу. Стандартом [3] визначені критерії визнання доходів трьох типів операцій: продажу продукції (товарів); надання послуг; використання іншими сторонами активів підприємства, які приносять дохід. Дохід для кожного типу операцій визнається, коли існує ймовірність надходження на підприємство у майбутньому економічних вигод, пов'язаних з цією господарською операцією (трансакцією) та сума доходу може бути достовірно визначена. У фінансових звітах [2] дохід визнається на основні облікового принципу нарахування: доходи відображаються у бухгалтерському обліку у момент їх виникнення, незалежно від дати надходження або сплати грошових коштів.

При формуванні на підставі бухгалтерської методології показника обсягу валових доходів у фінансових звітах необхідно надати перевагу принципам *превалювання сутності над формою* і *обачності*. Принцип превалювання сутності над формою передбачає, що операції обліковуються відповідно до їх економічного змісту, а не лише виходячи з юридичної форми. Згідно з принципом обачності у бухгалтерському обліку необхідне застосування методів оцінки, які повинні запобігати заниженню оцінки зобов'язань та витрат і *завищенню оцінки активів і доходів* підприємства. Обидва принципи акцентуються не випадково, оскільки у цій статті мова йде про доходи муніципальних експлуатаційних підприємств, які здійснюють реалізацію комунальних послуг за державними регульованими цінами та покриттям планово-збиткової діяльності дотаціями, а також відшкодуванням пільг і субсидій з державного (місцевого) бюджетів.

Відповідно до ЗКГНГ підприємства, що формують муніципальну інфраструктуру житлово-комунального господарства, належать до невиробничої сфери і є самостійною галуззю (код 90 000). Як і будь-який інший суб'єкт господарювання, муніципальні експлуатаційні підприємства повинні враховувати активи і зобов'язання, доходи й витрати, тобто вести бухгалтерський облік відповідно законодавчим регламентаціям (стандартам). Вітчизняне законодавство з питань обліку, загалом зорієнтоване на підприємницькі структури, недостатньо відтворює галузеві особливості діяльності. Найістотнішим чинником, що зумовлює особливості муніципальних підприємств, є специфіка їх діяльності: на відміну від більшості господарюючих суб'єктів метою їх функціонування не є отримання прибутку; вартість послуг регулюється – держава бере на себе зобов'язання з оплати частини вартості цих послуг за деякі категорії громадян та компенсує частину витрат, пов'язаних з планово-збитковою діяльністю. Особливості діяльності зумовлюють появу в обліковій системі таких специфічних об'єктів як дотації, пільги, субсидії. Крім цього, в обліку і на балансі таких підприємств перебувають об'єкти основних