

УДК 621.9

ПРОБЛЕМА МАКСИМИЗАЦИИ ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ

Т.Л. КРУПЕНЬКО

Научный руководитель В.А. ШИРОЧЕНКО, канд. техн. наук, доц.
Государственное учреждение высшего профессионального образования
«БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Могилев, Беларусь

Целью функционирования промышленного предприятия является удовлетворение запросов и нужд потребителей путём производства продукции, пользующейся спросом на рынке, результатом чего является получение прибыли. Важным моментом является то, что деятельность предприятия направлена не на накопление прибыли в денежной форме, а на её расходование на инвестиции и инновации.

Существуют различные пути увеличения прибыли. Наиболее простым кажется путь увеличения отпускной цены, что должно в конечном итоге привести к увеличению общей массы прибыли за отчётный период. Но в действительности так происходит крайне редко. Это связано с тем, что в условиях жёсткой конкуренции увеличение цены вызовет снижение спроса на продукцию предприятия, так как потребители отдадут предпочтение товарам конкурентов, если они не уступают по качеству.

В связи с этим наиболее эффективным является способ увеличения прибыли путём уменьшения отпускной цены. Следствием снижения цены является привлечение новых клиентов, реализация больших партий товаров, ускорение оборачиваемости средств предприятия. Это приводит к получению дополнительной прибыли и снижению себестоимости единицы продукции за счёт распределения накладных расходов на большее число изделий. Эффект от ускорения оборачиваемости выражается в увеличении выпуска продукции без дополнительного привлечения финансовых ресурсов. У предприятия появляется возможность полученные от реализации продукции денежные средства опять вложить в оборот, в результате чего за определённый отрезок времени капитал предприятия совершит большее количество кругооборотов, а, следовательно, произойдёт наращивание массы прибыли.

Однако нельзя бесконечно снижать цену, иначе это может привести к тому, что предприятие в конечном итоге может понести убытки. Существует некоторое оптимальное соотношение цены и объёма, при котором предприятие получит максимальную прибыль. Для решения данной оптимизационной задачи разрабатывается математическая модель, позволяющая предприятию принимать управленческие решения в области установления цен на производимую продукцию.