



DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu3.2016.3.2>

УДК 330.341:336.64:658

ББК 65.29093

КАТЕГОРИИ ПРИБЫЛИ И РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ В СИСТЕМЕ РЫНОЧНЫХ ЦЕННОСТЕЙ

Ниязи Муса оглы Исмаилов

Доцент кафедры бухгалтерского учета и аудита,
Азербайджанский государственный экономический университет
nismayilov@unec.edu.az, niyazi_ismayilov@rambler.ru
ул. Истиглалият, 6, AZ1001 г. Баку, Азербайджанская Республика

Аннотация. В статье рассмотрены подходы к толкованию экономических категорий «прибыль», «результативность деловой активности», проведено изучение сущности и проявлений этих понятий в предпринимательской деятельности, что позволяет рассмотреть их место в системе рыночных ценностей. Детально раскрываются неоднозначная ситуация в отношении назначения показателя прибыли в современных условиях, потенциал мотивов и стимулов человеческой деятельности. В связи с необходимостью более широкого взгляда на успешность ведения бизнеса представлены базисные положения методологического индивидуализма в категориях экономической теории прав собственности. При их раскрытии в центре внимания автора находятся характеристики, показывающие формирование результатов деятельности в процессе достижения ее конечной цели.

В данной статье получены следующие результаты: 1) проведен терминологический анализ целевых экономических результатов, которые ставятся в соответствующую связь с решаемой экономической проблематикой; 2) обосновывается вывод об утрате прибылью своей универсальности и безусловности в прямой характеристике результативности деловой активности.

Ключевые слова: прибыль, результативность, деловая активность, бизнес, целевые экономические результаты, рыночные ценности.

В системе рыночных ценностей важное место отводится вопросам прибыли и результативности предпринимательской деятельности. Отражая в общем виде результаты хозяйствования и продуктивности произведенных затрат, прибыль выступает ключевым экономическим показателем и служит критерием оценки эффективности производства. В качестве конечного стимулирующего финансового результата она играет ведущую роль в воспроизводственном процессе, освещая его разносторонние экономические вза-

имосвязи и обеспечивая социальное развитие предприятия.

Понятие прибыли уже длительный период времени является одной из наиболее дискуссионных категорий. Ученые-экономисты считают теорию прибыли как одну из самых сложных среди большого количества экономических теорий. Этой проблеме уделяется особое значение в процессе реформирования хозяйственного механизма, в том числе такого важного его элемента, каким является бухгалтерский учет и анализ.

В ведении бухгалтерского учета категории прибыли и капитала поставлены в тесную взаимосвязь и взаимозависимость. Исчисление прибыли посредством прироста капитала или в виде превышения доходов над расходами не решает проблему на абстрактной основе. На отдельных исторических этапах развития счетной мысли и в рамках национальных систем учета единства взглядов на данную проблему удастся достичь лишь на конвенциональной основе – путем применения законодательных и нормативных актов, стандартов или профессиональных регламентов и правил. При этом ее решение приобрело характер движения по кругу без преодоления коренного противоречия.

В хозяйственной практике сформировалось двойное отношение к прибыли. С одной стороны, законодательство и историческая действительность свидетельствуют о ее высокой значимости. С другой же, как справедливо отмечает Я.В. Соколов, «разрывы бухгалтерской практики окончательно закрепляют национальные особенности исчисления прибыли в разных странах и использование в научном обороте иных категорий» [10, с. 441–443]. Так, в инвестиционных и финансовых решениях активно используются категории реального оборота денежного капитала (чистый денежный поток; свободный денежный поток; ликвидные активы); в оценочной деятельности основную ценность бизнеса и стоимость компании довольно редко сопрягают с показателями бухгалтерской прибыли; при налогообложении зачастую наблюдается несовпадение налогооблагаемой прибыли по бухгалтерской (финансовой) отчетности и прибыли налогоплательщика; в процессе управления деятельностью фирм используют главным образом показатели, существенно отличные от бухгалтерской прибыли.

Как правило, категорию прибыли напрямую связывают с понятием результата предпринимательской деятельности. Согласно гражданскому законодательству, «целью деятельности коммерческих организаций является прибыль» [2]. Бухгалтерские регуляторы формулируют эту норму еще конкретнее – как получение чистой прибыли организацией [3; 8].

Однако отмеченное, безусловно, не свидетельствует о бесспорной интерпретации

данной дефиниции, так как наряду с известными преимуществами этого показателя ему свойственен и ряд недостатков. Например, получение прибыли вовсе не означает, что она доступна акционерам или владельцам компании, так как из чистой прибыли, прежде всего, погашаются первоочередные платежи третьим лицам и формируется резерв по капиталу. Кроме того, распределение прибыли возможно только в случае соблюдения требований законодательства в части полноты оплаты уставного капитала и благоприятной структуры баланса. Важны также и процедурные действия участников хозяйственного общества. В результате между прибылью фирмы и акционерной прибылью возникает разрыв.

Следует заметить, что балансовая прибыль, хотя и приводится отдельной статьей, по сути представляет собой филиальный счет капитала. Ее обоснование означает одновременно: а) пополнение капитала организации в результате экономической деятельности (то есть не внесенный, а заработанный капитал); б) невозможность реинвестирования нераспределенной прибыли на нужды текущего непроизводительного потребления собственника. Тем самым в отношении назначения показателя прибыли складывается неоднозначная ситуация.

Во-первых, балансовая прибыль выступает не столько конечным результатом деятельности, сколько удержанным капиталом, то есть средством экспансии средств для ведения предпринимательской деятельности.

Во-вторых, прибыль определяется во многом правилами учета и выбранной учетной политикой. Использование метода начисления лишает прибыль ликвидной основы: возможны ситуации, когда прибыль есть, но чистый операционный денежный поток составляет отрицательную величину, и наоборот. Этим объясняется преобладающая склонность инвесторов и кредиторов не использовать показатели прибыли при обосновании деловых решений на финансовых рынках. Аналогичная тенденция наблюдается в сфере проектных разработок, оценке бизнеса и финансовых интересов.

В-третьих, остаточный характер формирования прибыли приводит к потенциальному противопоставлению дохода хозяйствующего

субъекта как институциональной единицы, с одной стороны, и доходов всех других участвующих сторон в делах организации – с другой. Деление валового дохода компании не «по вкладу», не «на капитал» исключает возможность формирования выгод сторон на комплиментарной основе. Проблему всесторонне не решает также система «участия в прибылях» персонала организации.

В-четвертых, прибыль, как мерило эффективности использования ресурсов, рассчитывается на основе исторических оценок, а не денежных измерителей затрат, отражающих текущую экономическую конъюнктуру. Такой подход к формированию прибыли приводит к существенным смещениям в бухгалтерских оценках в период волатильности цен и инфляции. В этом смысле она является во многом эффектом «в фирме», а не «на рынке».

В-пятых, показатель прибыли является не вполне надежным критерием для пространственных и временных сравнений: изменение покупательной способности денежных единиц, методологии расчетов доходов и расходов, а также корректировки в учетной политике являются принципами сравнения показателей в динамике для межфирменных сопоставлений, а также во взаимосвязанных экономических показателях.

В-шестых, хотя прибыль в рамках года формируется нарастающим итогом с начала года, а в балансе присоединяется к прибылям прошлых периодов, по своей конструкции она не показывает достижение результата деятельности на монотонной основе к заданному сроку, или точно в срок. Это одна из причин отказа от ее использования в качестве индикатора финансового потока и последующего его дисконтирования в финансовых расчетах и высших финансовых вычислениях.

В-седьмых, прибыль просто констатирует факт превышения доходов над расходами, но при этом не дается оценка достаточности достигнутого наращивания капитала.

В-восьмых, рост прибыли возможен в условиях неоптимальности издержек или в силу сокращения расходов (в том числе доходобразующих) из-за отсутствия должной экономии. В результате высокая прибыль текущего периода приводит к ситуации снижения ее размера в будущем.

В-девятых, прибыль имеет весьма широкий смысловой диапазон, что затрудняет ее однозначную интерпретацию и однопорядковое использование.

И, наконец, в-десятых, ориентир на прибыль, как на всеобъемлющий экономический барометр деловой активности, был бы сильным преувеличением, так как безубыточность и рост суммы прибыли еще не означают отсутствия проблем в качестве ее роста. Масса прибыли может временно увеличиваться даже в неблагоприятных условиях (в частности, снижения производительности, удлинения цикла кругооборота капитала, отсутствия инновационного задела и перспектив продолжения традиционных видов экономической деятельности, недостаточного уровня рентабельности, негативных тенденций в использовании операционного и финансового рычага и т. п.).

Вышеотмеченные моменты, на наш взгляд, убедительно свидетельствуют о том, что в ходе общественного развития организационно-правовых форм экономической деятельности и условий ведения бизнеса прибыль утрачивает свою универсальность и безусловность в прямой характеристике результативности деловой активности. Необходимость более широкого взгляда на успешность ведения бизнеса возникает не только у институционализированных хозяйствующих субъектов, но и у физических лиц – заинтересованных участников компаний. В связи с этим уместно рассмотреть базисные положения методологического индивидуализма в категориях экономической теории прав собственности.

Понятия «благо», «товар», «богатство», «выгода», «выигрыш» и многие другие термины, объясняющие мотивы и стимулы поведения индивидуума в обществе, не являются элементами природы: все они – суть человеческой реакции на состояние физического мира. Согласно концепции «экономического человека»¹, изучение мотивов поведения деятельного человека сводится к осознанию его экономических намерений. В свою очередь, основной причиной мотивации экономического поведения является собственный интерес, выгода.

В этой связи следует подчеркнуть, что всякое движение объясняется законом причинности. Однако в отличие от актуального для физического мира закона механической

причинности, в обществе действует психологический закон причинности, или целевой закон. Для человека нет деяния без цели, причем она относится к области будущего, тогда как причина – к сфере прошлого. Целью является все то, к чему стремится человек, а средством – все то, что действующий человек рассматривает как таковое. По мнению Р.Ф. Йеринга, человек, «совершающий деяние, совершает его не потому, что, а для того, чтобы деянием достигнуть того или другого» [4, с. 2] и для него «действовать и действовать ради какой-либо цели – значит одно и то же; деяние без цели такая же бессмыслица, как следствие без причины» [4, с. 9]. Интерес, намерение, замысел, цель – все это обозначения некоторых промежуточных состояний, которые человек выделяет в своем сознании только потому, что полагает достичь соответствующего результата. Результат, на достижение которого направлена человеческая дея-

тельность, имеет в своей основе полагание цели (интереса). Алгоритм перехода от человека-индивидуума к социализированной личности в сфере экономических отношений, отраженный ниже (рис. 1), раскрывает потенциал мотивов и стимулов этой деятельности.

Р.Ф. Йерингом было доказано, что целевая ценность для человека одинаково сочетается и сопрягается в полезности и выгоде. Однако степень выраженности предпочтения в выборе цели определяется субъективно шкалой приоритетов ценностей. «Экономическая цель предметов есть ни что иное, как признаваемая за ними, с точки зрения субъективного экономического понятия о цели, пригодность их для человеческих целей, без различия того, свойственна ли эта пригодность самой сущности предметов, или же только придана им посредством человеческого труда. Полезность, пригодность, целесообразность, назначение, цель вещи – какими бы мы не

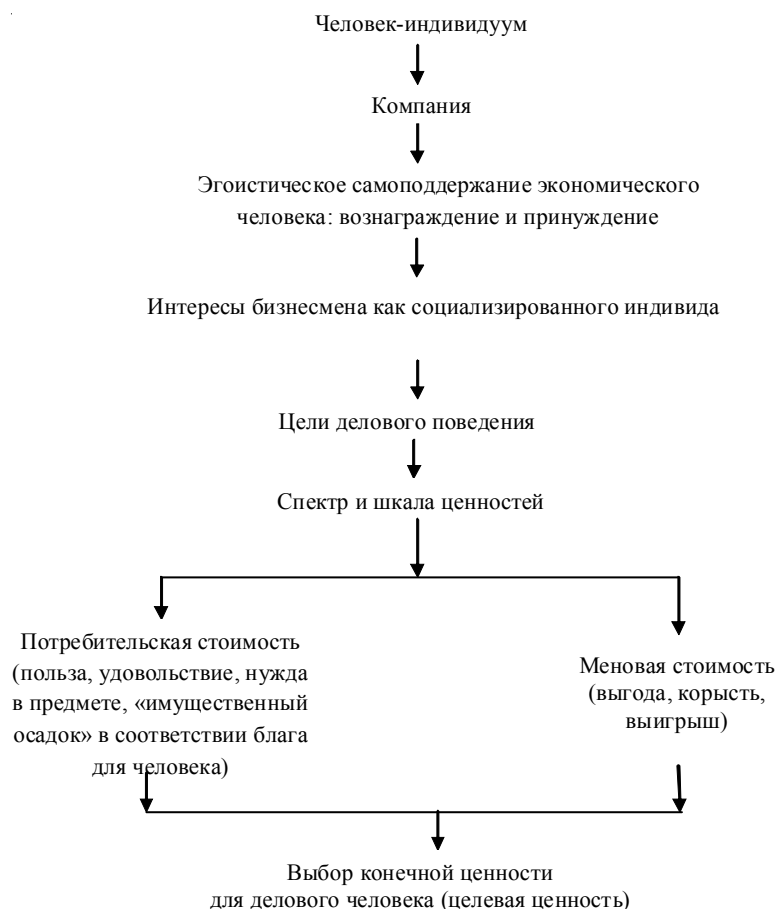


Рис. 1. Сфера экономических отношений, раскрывающих потенциал мотивов и стимулов человеческой деятельности

Примечание. Составлено автором.

воспользовались оборотами речи, – все основано на акте целеотношения... Цели вещей ничто иное, как цели лица, которых оно достигает посредством этих вещей» [4, с. 55].

В природе предметы обладают объективными качествами, доступными и недоступными человеку, известными и востребованными им в процессе жизнедеятельности или нет. Предприниматель субъективно овладевает объективными свойствами предмета, и, тем самым, перед человеком раскрываются возможные границы его потребности. Такое освоение предмета формирует реальное благо: познание и приспособление свойств предмета, синтезирование его качественно новых признаков, трансформация свойств предмета в новое состояние. В данном предметно-вещественном контексте на рисунке 2 показано формирование интереса и цели предпринимательской деятельности человека. Материализация цели здесь выражается в приспособлении объектов материального мира к потребностям человека, создании для него блага, пользы, полезности (левая часть рис. 2). Однако к оценке результата деятельности как материализованной цели можно подойти и не с телесной стороны (правая часть рис. 2). В денежном выражении эквивалентом привнесенного труда, креатива и инновационности будет выступать вознаграждение за совершенное усилие, получившее общественное признание, – приток денежной массы. По этому поводу Р.Ф. Йеринг особо отмечает, что «способ траты денег является одним из лучших мерил для оценки характера и степени развития человека – он весь высказывается в таких целях, ради которых расходует свои деньги» [4, с. 51].

Результат предпринимательства в виде выгоды может представлять собой экономическое использование ограниченных ресурсов. Выгода также может состоять и в том, что созданное благо создаст дополнительный приток денежных средств или других значимых ценностей. В результате формируется экономическое благо в виде корыстной выгоды – прибыли или сверхдохода. Словоупотребление «прибыль» или «выгода» еще не определяет порядок исчисления излишка. Возможными вариантами являются: 1) максимальный доход, минимум расходов; 2) полученный доход, оптимальный расход; 3) максимальный доход, оптимальный расход.

В рыночной экономике, основанной на товарно-денежных отношениях, принципиально важна двойственность целеполагания. Полезность вещи имеет ключевой характер для покупателя (приобретателя). Без надлежащего обеспечения потребительной стоимости невозможен обмен и получение выгоды от отчужденного товара, поэтому выгодополучатель тщательно изучает и формирует конкретную и общественную полезность. Для выгодоприобретателя ценность товара определяется возможностью извлечь некоторый прирост (излишек) меновой стоимости, что образует его вознаграждение за синтезированное им новое качество вещи. Общественно признаваемым результатом эффективности обменных операций выступает прибыль, выгода, богатство. В конкурентном поведении особое значение имеет превосходящая выгода, получение сверхэффекта по сравнению с другими участниками рынка.

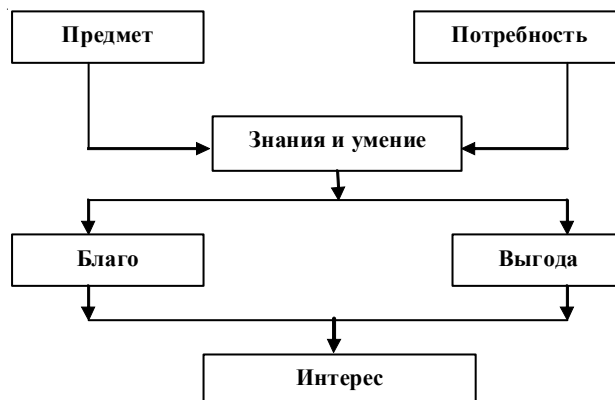


Рис. 2. Формирование цели и интересов предпринимательской деятельности

Примечание. Составлено автором.

Л. фон Мизес в своей работе «Человеческая деятельность: трактат по экономической теории» утверждает: «То, от чего отказываются, называется ценой, уплачиваемой за достижение преследуемой цели. Ценность уплаченной цены называется издержками. Издержки равны ценности, приписанной удовлетворению, от которого нужно отказаться, чтобы достичь преследуемую цель. Разница между ценностью уплаченной цены (понесенные издержки) и ценностью достигнутой цели называется выигрышем, прибылью или чистым доходом... Прибыль в этом простейшем смысле является чисто субъективной, это увеличение счастья действующего человека, это психическое явление, которое нельзя ни измерить, ни взвесить» [6, с. 74].

К аналогичному выводу приходит и В.В. Ковалев: «Понятие прибыли весьма неопределенно в сущностном плане, так и в плане алгоритмическом» [5, с. 473]. Более определенно по этому поводу высказывается Ф.Х. Найт, утверждающий, что «никогда не может быть объективно и точно определена величина прибыли в доходе» [7, с. 439]. Данная точка зрения представляет собой субъективную оценку целевой ценности в виде прибыли с позиции отдельного предпринимателя.

Сложнее обстоит дело с прибылью, как базисной категорией целеполагания, применительно к условиям фирмы. Если в обществе деятельный человек реализует свои целеустремления посредством социальных институтов, то в предпринимательской деятельности – посредством институционального образования в форме юридического лица. Примечательно, что опосредование деятельности институциональной единицей приводит к ряду осложнений в формулировке целеполагания (рис. 3). Это связано, прежде всего, с тем, что учредитель формирует цель не самолично, а посредством выбора и объявления кредо фирмой, ее руководством и менеджментом. К тому же институциональная единица крайне редко представлена единоличным владельцем: чаще всего титулы собственности распределены между несколькими владельцами. Таким образом, изначально имеется риск того, что целевые установки учредителей и фирмы в целом будут если не разными, то несовпадающими.

А. Берли и Г. Минз еще в 1932 г. пришли к выводу о том, что транзакционные издержки надзора над менеджментом, которые несут акционеры, превышают выгоды, в особеннос-

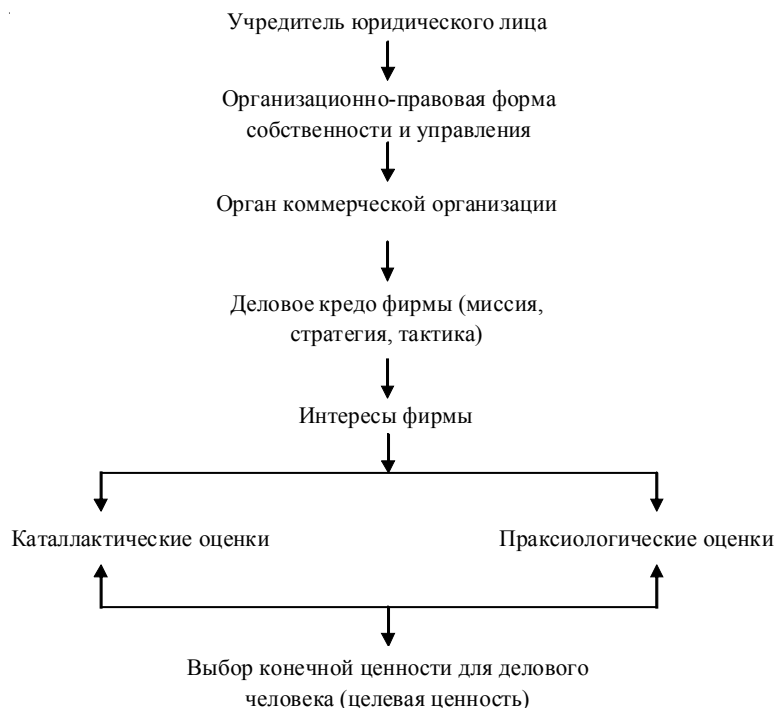


Рис. 3. Целевые установки учредителей компаний

Примечание. Составлено автором.

ти в ситуации рассредоточенных прав собственности и при высоких издержках коллективного действия [14]. Впоследствии М. Дженсен и У. Меклинг в 1976 г. теоретически доказали, что управляющий собственник, разделяющий право собственности на фирму с не участвующими в управлении акционерами, в меньшей степени озабочен максимизацией ценности функционирования фирмы, нежели, когда управленческие решения принимает единственный владелец фирмы [15]. Обширный обзор рассматриваемой проблематики в современных условиях дает Т. Эггертссон, который делает акцент на «зависимость варианта преодоления проблемы агентских отношений от типа структуры корпоративной собственности и специфики формулировки ее корпоративного кредо» [12, с. 155–160].

В последние годы многие ученые и успешные руководители крупнейших компаний подвергали сомнению ортодоксальную формулировку цели коммерческой фирмы. Диапазон этой критики довольно широк – от «преследования интересов какой-то одной доминирующей группы контрагентов» [13, с. 180] до ложного «единодушия акционеров» [9, с. 84]. Хотя внешне утверждения авторитетных ученых и бизнесменов выглядят как наблюдение, возведенное в постулат или аксиому, и зачастую подтверждаются фактами, высказываемые ими идеи и мнения неизменно признают наличие потенциала конфликта. Преодолеть последний невозможно чисто логически или единственно правильной теорией. Снятие остроты экономического оппортунизма одной из заинтересованных сторон возможно лишь в случае деавуирования проблемы и ведения дискуссии с использованием конкретных параметров бизнес-активности. Фактически это означает обоснование и выбор сбалансирован-

ной концепции капитала организации и публичного предъявления обществу руководящих принципов делового поведения. Структура ключевых характеристик раскрытия цели компаний представлена в таблице.

Наполнение представленного макета определяется конкретным сочетанием определяющих условий и волей лица, уполномоченного формулировать целевую установку. Цель бизнеса может состоять в раскрытии того, как предметно ведется деятельность. Выбор концепции физического капитала позволяет сосредоточиться на технологических аспектах бизнеса и адекватных им критериальных показателях целевого типа. Перечень целевых экономических результатов представлен ниже:

- экономное использование ресурсов;
- экономичное использование ресурсов;
- продуктивное использование потенциала;
- производительное использование ресурсов;
- сбалансированное сочетание ресурсов;
- пропорциональное комбинирование ресурсов;
- оптимальное сочетание ресурсов;
- максимально полезное использование ресурсов;
- интенсивный экономический рост;
- устойчивый экономический рост;
- инновационный экономический рост;
- экономически обоснованный прирост;
- стратегическая стоимость;
- стоимость в использовании;
- чистая прибыль;
- операционная прибыль;
- заработанная прибыль;
- эффективный рост;
- монопольная прибыль;
- избыточная прибыль;
- ликвидная прибыль.

Таблица

Структура ключевых характеристик раскрытия цели компаний

Типология компании	Деловое кредо фирмы	Целевой критерий	Концепция капитала	Цель отчетности	Учетная политика
1. Публичная компания с управляющим собственником	+	+	+	+	+
2. Публичная компания с профессиональным менеджером	+	+	+	+	+
3. Непубличная компания с двухуровневым управлением	+	+	+	+	+
4. Закрытая компания с одноуровневым управлением	+	+	+	+	+
5. Общество с ограниченной ответственностью	+	+	+	+	+

Примечание. Составлено автором.

Приведенный перечень целевых категорий обычно коррелируется с решаемой экономической проблематикой. Так, при построении и исследовании бизнес-модели в виде цепочек формирования и сохранения стоимости наиболее уместными терминами, определяющими цель фирмы, является экономичность, сбалансированность, оптимальность. Если результат бизнеса ожидается достичь в виде его устойчивого развития на отдаленную перспективу, то цель следует формулировать в терминах стоимости, интенсивного и инновационного типа роста. Как правило, такие ориентиры взвешенно задаются руководством и менеджментом фирмы с тем, чтобы продемонстрировать понимание приоритетности ее экономической жизнеспособности на отдаленную перспективу.

Практическая философия топ-менеджмента многих крупных и успешных компаний зачастую излагается не в терминах каталлактических оценок типа «максимизация прибыли», а в категориях благосостояния своих клиентов или даже общества в целом. Так, К. Татеиси подчеркивает, что «главенствующей целью любой компании является ее рост» [11, с. 46], и «тот, кто наилучшим образом служит обществу, выгадывает больше всех» [11, с. 47]. По его мнению, в основе целеполагания компании, желающей быть успешной и перспективной, лежит, прежде всего, служение обществу, а то, что это удовлетворение общественных интересов при разумном подходе к организации и управлению бизнесом сопровождается ростом прибыли, – является побочным, сопутствующим эффектом. Несмотря на коммерческий подход к делу, первичным и приоритетным представляется «служение интересам общества» [11, с. 49], то есть увеличение реальных благ для людей.

При раскрытии достигнутых результатов деятельности в центре внимания находятся характеристики, демонстрирующие, как они формируются в процессе достижения конечной цели деятельности. Объектом генерирования результата выступает бизнес в целом как единая производственно-коммерческая система, как продуцирующая целостность, вне которой любая ее часть, любой ее фактор причинно не обуславливает получение результата.

Подобно тому, как в физическом мире действуют закон сохранения массы, закон сохранения энергии, закон сохранения количества и движения, так и в человеческой деятельности особое значение приобретает ресурсно-продуктовый паритет. Как метко отмечено Г. Гегелем, «ничто из ничего не бывает» [1, с. 42]. Каков бы ни был вид экономической деятельности, действует всеобщее правило: результат деятельности является функцией таких аргументов, как составные ресурсы, порождающие в своем объединении интегрирующий системный эффект – новую потребительную стоимость, воплощенную в товаре. Многие компании позиционируют себя как социально значимые, аргументируя это тем, что в объявленных ими корпоративных миссиях и стратегиях указываются: 1) специфическая, эксклюзивная полезность своей продукции или своих услуг; 2) экономичность производства и потребления предлагаемого потребителям блага; 3) общественная ценность в виде обеспечения занятости, уплаты налогов и приравненных к ним платежей. В понимании цели и результата деятельности в данном подходе доминируют характеристики не того, кто поставил ресурсы и на каких условиях, а какие виды ценностей вовлечены в оборот и как они взаимодействуют в процессе формирования блага.

Однако в компаниях со сложной структурой капитала, несущих повышенную социальную ответственность и тесно взаимосвязанных с крупными экономическими игроками, при определении результатов деятельности акцент делается на обеспечении социального партнерства, справедливости распределения выгод, привнесения в оценку не только чисто экономических индикаторов, но и экологических, социальных и других составляющих последствий деловой активности.

В финансовом контексте трактовки результативности капитала превалирует не производственный, а распределительный метод исчисления результата. Финансовые результаты деятельности в отличие от экономических спроецированы, прежде всего, на целевую группу выгодополучателей: а) собственники; б) инвесторы; в) руководящие органы компании; г) все заинтересованные лица в делах компании; д) общество в целом. Каждая из

указанных групп в различной их конфигурации рассчитывает на получение выгод в форме, соответствующей их корпоративному статусу: работники – заработную плату; государство – налоги и сборы; кредиторы – проценты; собственники – дивиденды. В широком смысле совокупной выгодой всех этих сторон является полученный валовой доход от продажи товара или какая-либо его часть в зависимости от круга лиц, включенных в значимый корпоративный периметр. В отчетности компаний, как правило, раскрываются такие показатели результативности, как добавленная стоимость (VAD), доход до вычета процентов и налогов (ЕВIT), доход до вычета процентов после налогообложения (ЕВIAT). Все они являются показателями отдельного отчетного периода. Поскольку в интересы участвующих сторон входит получение выгод в течение длительного времени, то наряду с промежуточными показателями важную роль играют оценки по фракталам времени: 1) с начала образования компании; 2) с начала периода работы данного руководящего состава; 3) срочная стоимость бизнеса компании (для акционеров, инвесторов и кредиторов); 4) терминальная стоимость бизнеса. При этом под кумулятивными стоимостными показателями подразумеваются денежные измерители не в ценах соответствующих лет, а показатели выгод, приведенные к дате оценки по соответствующей ставке дисконтирования.

Отсюда, по необходимости, финансовые результаты, определяемые с учетом временных предпочтений, в отличие от экономических показателей, исчисляемых в номинальных денежных единицах, включают в себя поправки на требуемые каждой из сторон компании ставки дисконтирования. Наряду с результатами деятельности компании, определяемыми бухгалтерскими методами счетных и балансовых обобщений, появляются показатели конструктивного типа с заранее заданными финансовыми свойствами. К ним относятся конкурентные преимущества, инфлирование оценок (паритетность), учет фактора рисков, эквивалентность выгод и их замыкающий характер.

Таким образом, можно сделать вывод, что в экономической литературе категориям «прибыль» и «результативность деловой ак-

тивности» уделяется повышенное внимание. Однако на данный момент единый подход к определению названных дефиниций еще не сложился, поскольку это, прежде всего, зависит от поставленных исследователями целей. Рассмотрев эволюцию взглядов ученых на эти категории, нельзя однозначно утверждать, какие из них являются наиболее верными, поскольку каждая из представленных позиций объясняет определенный важный аспект данного вопроса, а обобщение имеющихся воззрений составляет современную теорию прибыли, которая до сих пор остается незавершенной и требует дальнейших исследований.

ПРИМЕЧАНИЕ

¹ Термин «экономический человек» в сегодняшнем его понимании прочно вошел в экономическую науку еще в XIX веке. Соответствующая концепция (или модель) нашла свое обоснование в трудах А. Смита, Д. Рикардо, Д.С. Милля, Д. Бентама, К. Маркса, Э. Фромма, А. Маршалла и др. Со временем она изменялась и совершенствовалась, однако в ее основе постоянно сохранялись определенные черты, характерные для экономического человека (на это, в частности, указывается в работах современных российских авторов – В.С. Антаномова и Г.Г. Силласте).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гегель, Г. В. Ф. *Философия права* / Г. В. Ф. Гегель. – М. : Мир книги, 2007. – 464 с.
2. *Гражданский кодекс Азербайджанской Республики*. – Баку : Хугут адабияты, 2007. – 776 с.
3. Закон Азербайджанской Республики «О бухгалтерском учете» от 29 июня 2004 г. – Баку, 2004.
4. Йеринг, Р. *Цель в праве* / Р. Йеринг. – СПб. : Изд-во Н.В. Муравьева, 1881. – 425 с.
5. Ковалев, В. В. *Финансовый менеджмент: теория и практика* / В. В. Ковалев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ТК Велби : Проспект, 2007. – 1024 с.
6. Мизес, Л. *Человеческая деятельность: Трактат по экономической теории* / Л. Мизес. – Челябинск : Социум, 2005. – 878 с.
7. Найт, Ф. Х. *Прибыль* / Ф. Х. Найт // *Вехи экономической мысли. Теория факторов производства*. В 6 т. Т. 3 / отв. ред. В. М. Гальперина. – СПб. : Экономическая школа, 2000. – 496 с.
8. *Национальные стандарты бухгалтерского учета для коммерческих организаций*. – Баку : М-во финансов Азербайджанской Республики, 2008. – 455 с.

9. Нельсон, Р. Р. Эволюционная теория экономических изменений / Р. Р. Нельсон, С. Дж. Уинтер. – М. : Дело, 2002. – 536 с.

10. Соколов, Я. В. Основы теории бухгалтерского учета / Я. В. Соколов. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 496 с.

11. Татеиси, К. Вечный дух предпринимательства: практическая философия бизнесмена / К. Татеиси. – М. : Московский бизнес, 1990. – 222 с.

12. Эггертссон, Т. Экономическое поведение и институты / Т. Эггертссон. – М. : Дело, 2001. – 408 с.

13. Belkaoui, A. R. Accounting Theory / A. R. Belkaoui. – 5 ed. – Andover : Cengage Learning EMEA, 2004. – 608 p.

14. Berle, A. The Modern Corporation and Private Property / A. Berle, G. Means. – Piscataway : Transaction Publishers, 1991. – 426 p.

15. Jensen, M. C. Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs, and Ownership Structure / M. C. Jensen, W. Meckling // Journal of Financial Economics. – 1976. – Vol. 3, № 4. – P. 305360.

6. Mizes L. *Chelovecheskaya deyatelnost: Traktat po ekonomicheskoy teorii* [Human Activities: A Treatise on Economic Theory]. Chelyabinsk, Sotsium Publ., 2005. 878 p.

7. Nayt F.H. Pribyl [Profit]. Galperin V.M., ed. *Vekhi ekonomicheskoy mysli. Teoriya faktorov proizvodstva. V 6 t. T. 3* [Milestones of Economic Thought. The Theory of the Production Factors. In 6 vols. Vol. 3]. Saint Petersburg, Ekonomicheskaya shkola Publ., 2000. 496 p.

8. *Natsionalnye standarty bukhgalterskogo ucheta dlya kommercheskikh organizatsiy* [National Accounting Standards for Commercial Organizations]. Baku, Ministerstvo finansov Azerbaydzhanskoj Respubliki Publ., 2008. 455 p.

9. Nelson R.R., Uinter S.Dzh. *Evolyutsionnaya teoriya ekonomicheskikh izmeneniy* [An Evolutionary Theory of Economic Change]. Moscow, Delo Publ., 2002. 536 p.

10. Sokolov Ya.V. *Osnovy teorii bukhgalterskogo ucheta* [Fundamentals of Accounting Theory]. Moscow, Finansy i statistika Publ., 2005. 496 p.

11. Tateisi K. *Vechnyy dukh predprinimatelstva: prakticheskaya filosofiya biznesmena* [The Eternal Spirit of Entrepreneurship: Practical Philosophy of Businessman]. Moscow, Moskovskiy biznes Publ., 1990. 222 p.

12. Eggertsson T. *Ekonomicheskoe povedenie i instituty* [Economic Behavior and Institutions]. Moscow, Delo Publ., 2001. 408 p.

13. Belkaoui A.R. *Accounting Theory*. Andover, Cengage Learning EMEA, 2004. 608 p.

14. Berle A., Means G. *The Modern Corporation and Private Property*. Piscataway, Transaction Publishers, 1991. 426 p.

15. Jensen M.C., Meckling W. Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs, and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 1976, vol. 3, no. 4, pp. 305360.

REFERENCES

1. Gegel G.V.F. *Filosofiya prava* [The Philosophy of Law]. Moscow, Mir knigi Publ., 2007. 464 p.

2. *Grazhdanskiy kodeks Azerbaydzhanskoj Respubliki* [The Civil Code of the Azerbaijan Republic]. Baku, Hugug adabijaty Publ., 2007. 776 p.

3. *Zakon Azerbaydzhanskoj Respubliki «O bukhgalterskom uchete» ot 29 iyunya 2004 g.* [The Law of Azerbaijan Republic “On Accounting” of June 29, 2004]. Baku, 2004.

4. Jering R. *Tsel v prave* [The Purpose in the Law]. Saint Petersburg, N.V. Muravyeva Publ., 1881. 425 p.

5. Kovalev V.V. *Finansovyy menedzhment: teoriya i praktika* [Financial Management: Theory and Practice]. Moscow, TK Velbi, Prospekt Publ., 2007. 1024 p.

CATEGORIES OF PROFIT AND EFFECTIVENESS OF BUSINESS ACTIVITY IN THE SYSTEM OF MARKET VALUES

Niyazi Musa ogly Ismailov

Associate Professor, Department of Accounting and Audit,
Azerbaijan State University of Economics
nismayilov@unec.edu.az, niyazi_ismayilov@rambler.ru
Istiglaliyat St., 6, AZ1001 Baku, Republic of Azerbaijan

Abstract. The article describes the approaches to the interpretation of economic categories “profit” and “effectiveness of business activity”, studies the essence and manifestations of these concepts in business that allows us to consider their place in the system of market valuables. Due to the necessity of a broader view of the success of the

business, the author discussed the basic provisions of methodological individualism in the categories of economic theory of property rights. Disclosing them the author focuses on the characteristics which show the formation of operating results in achieving its ultimate goal.

Details reveal a mixed situation in respect of the appointment of the rate of profit in modern conditions, the potential motives and incentives of human activity. A list of targeted economic outcomes correlates with the solved economic issues. For example, when you build and study the business model in the form of chains of forming and maintaining value the most appropriate terms that define the goal of firms are profitability, balance and optimality.

In this article, the following results are obtained: 1) terminological analysis of targeted economic results, which are put in touch in an appropriate relationship to solve economic problem; 2) conclusion on the profit's universality and absoluteness loss in direct characterization of business activity effectiveness.

Key words: profit, effectiveness, business activity, business, targeted economic results, market values.