

УДК 336.67

***РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО УВЕЛИЧЕНИЮ ПРИБЫЛИ И
РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ***

Сафонов А. Б.

студент магистратуры

Елецкий государственный университет им. И. А. Бунина

Елец, Россия

Аннотация

Прибыль и рентабельность представляют собой две ключевые характеристики эффективности функционирования коммерческого предприятия. Соответственно, возможность управлять этими характеристиками позволяет влиять на успешность деятельности фирмы в целом. В данной статье приведен ряд специальных мероприятий, касающихся разных сторон существования организации, проведение которых способно положительным образом сказаться на величине показателей прибыли и рентабельности компании.

Ключевые слова: прибыль, рентабельность, финансовые результаты, управление прибылью, экономика предприятия, экономический анализ.

***DEVELOPMENT OF EVENTS TO INCREASE PROFIT AND
PROFITABILITY OF THE ORGANIZATION***

Safonov A. B.

graduate student

Bunin Yelets State University

Yelets, Russia

Annotation

Profit and profitability are two key characteristics of the effectiveness of a business. Accordingly, the ability to manage these characteristics allows you to influence the success of the company as a whole. This article presents a series of measures relating

to different aspects of the organization's existence, the implementation of which can positively affect the value of profit and profitability of the company.

Keywords: profit, profitability, financial results, profit management, company economy, economic analysis.

Прибыль как выражение финансового результата функционирования организации занимает центральное место в модели целеполагания при планировании деятельности фирмы. Соответственно, умение управлять величиной прибыли, грамотно воздействуя на рычаги такого управления, является необходимым условием стабильного существования предприятия в долгосрочном периоде.

Показатель прибыли и, в еще большей степени, показатель рентабельности характеризуется функциональной зависимостью от множества факторов [1, 22]. Следовательно, управление финансовым результатом организации сводится к регулированию таких факторов как в отдельности, так и в определенной их совокупности.

На предварительном этапе разработки мероприятий по повышению прибыли и рентабельности необходимо осуществить всесторонний анализ имеющихся возможностей увеличения данных показателей: дать оценку вероятным рискам и ожидаемым эффектам. И уже на основании полученных результатов — принимать какие-либо решения в области ценообразования, объема выпуска и в других определяющих сферах деятельности компании.

Наиболее очевидным способом воздействия на прибыль и рентабельность представляется изменение цен реализации продукции. По большому счету фирме следует повышать цену на товары и услуги до тех пор, пока это не приводит к снижению спроса на них. Найти же данный баланс призван ряд мер: изучение уровня цен по отрасли, тесное взаимодействие с заказчиками, а также непосредственные эмпирические исследования рынка посредством установления специальных цен и скидок на конкретные товары и услуги для определенных групп потребителей.

В применении такого подхода к управлению формированием прибыли на первый план выходит показатель эластичности спроса на продукцию предприятия. Необходимость учета данного параметра обуславливается тем, что прибыль совершенно необязательно сократится при одновременном повышении цен и снижении спроса на продукцию [2, 78]. Здесь следует произвести расчет и последующее сравнение между собой положительного и отрицательного эффектов, соответственно, от роста цен и от падения потребительского спроса.

В определенных случаях (при условии, что проведенный анализ показал невозможность увеличения прибыли за счет повышения цен) добиться роста прибыли и рентабельности можно путем создания намеренного дефицита на продукцию данного предприятия. Такое возможно, если товар (услуга), производимый (оказываемая) рассматриваемой организацией не имеет аналогов и заменителей в своей ценовой категории даже с учетом повышения цен. В сложившейся ситуации покупатели вступят в некую конкуренцию за возможность приобретения данного товара (услуги).

Однако, как показывает практика, более эффективным методом увеличения прибыли и рентабельности оказывается повышение объемов реализации. Если на рынке существует достаточное количество потребителей данного товара (услуги), которых устраивает текущая цена на него, то разумным выглядит стремление фирмы направить свои силы на удовлетворение сложившегося спроса. При прочих равных параметрах наращивание объемов производства и сбыта приведет к уменьшению доли условно-постоянных расходов в общей структуре затрат на производство продукции. Подобные действия в большинстве случаев обеспечат к рост прибыли и рентабельности организации.

Разумеется, политика в области ценообразования не является единственно возможным рычагом влияния на величину прибыли и показатель рентабельности. В вопросе управления формированием прибыли важным является анализ номенклатуры, поставляемой предприятием продукции:

необходимо установить, какие ее виды пользуются наибольшим спросом. Только отталкиваясь от результатов подобных исследований можно вносить грамотные коррективы в существующую товарную политику фирмы.

Названные подходы к повышению прибыли и рентабельности направлены в первую очередь на рост выручки от продаж. Но другим важнейшим путем увеличения данных показателей является снижение расходов. В этих целях организация может прибегнуть к внушительным тратам в текущем периоде: усовершенствовать технологическую базу производства, переработать подход к реализации продукции, пересмотреть прочие значимые аспекты ведения бизнеса. Проведение подобных мероприятий способно оказать положительное влияние на объемы прибыли в перспективе.

В ходе реализации стратегии сокращения издержек особое внимание необходимо уделить контролю за их величиной. Все составляющие деятельности фирмы в такой ситуации должны быть адаптированы для выполнения актуальной задачи и направлены на снижение затрат. Результат экономии, полученной вследствие применения представленных мероприятий, будет обусловлен ростом производительности труда, а также сокращением расходов на материальные ресурсы [5, 74].

Достижению существенных успехов в вопросе увеличения показателей прибыли и рентабельности предприятия может помочь своевременное проведение совокупности мероприятий по оптимизации налоговой нагрузки. Умелое руководство в данной сфере функционирования фирмы в купе с рационально выстроенными товарной и ценовой политиками является важным условием повышения эффективности деятельности организации. Разумеется, речь идет о законных способах облегчения налогового бремени: организация должна предпринять усилия для того, чтобы соответствовать требованиям государства для получения специализированных льгот, поддержки в виде денежных выплат, а также вычетов по различным видам налогов [8, 60].

Также в совокупность мероприятий по повышению уровня прибыли и рентабельности, осуществляемых в рамках организации, могут входить: корректировка маркетинговой политики, реализация и предоставление в аренду неиспользуемого имущества, выход на новые рынки сбыта, совершенствование качества работы с клиентами и другие.

Прибыль — показатель, формирующийся под влиянием двух величин — затрат и выручки. Следовательно, система управления затратами является одним из центров активности в области реализации мероприятий по повышению прибыли и рентабельности [7, 82]. Эта система должна учитывать характерные особенности отрасли, в которой осуществляет свою деятельность предприятие, а также обеспечивать поступление своевременной и достоверной информации касательно расходов и находить резервы для их возможного сокращения.

В процессе формирования себестоимости продукции важным моментом является определение структуры затрат. Они подразделяются на постоянные (величина которых остается неизменной при изменениях в объеме производства) и переменные (реагирующие на величину выпуска). Всесторонний анализ структуры себестоимости продукции позволяет принимать рациональные решения в вопросе снижения затрат, что, в свою очередь, положительным образом влияет на величину прибыли.

В структуре же цены помимо себестоимости имеет место доля рентабельности, выражающая прибыль, получаемую фирмой при реализации единицы продукции. Установление размера этой доли представляет собой некий ответ существующему спросу потребителя на товар (работу, услугу). В числе факторов, оказывающих влияние на долю прибыли в цене, можно выделить эффективность маркетинговых мероприятий, вид и форму обслуживания покупателей, характер предоставления услуг и общую конъюнктуру рынка.

В ходе разработки мероприятий по увеличению прибыли и рентабельности компании особенно актуальным становится вопрос об

установлении предельного уровня доли прибыли в цене продукции. Обусловлена такая острота данного аспекта высоким уровнем рыночной конкуренции, толкающим фирмы на ценовую борьбу за покупателей.

Значимой задачей при проведении мероприятий по увеличению прибыли является грамотное управление дебиторской задолженностью предприятия, подразумевающее тщательный отбор дебиторов среди возможных, а также рациональный выбор величины задолженности. Следуя данным критериям, организация обеспечит себя гарантиями в своевременном возврате дебетованных средств.

Для целей повышения величины рентабельности основного капитала можно предложить следующую методику, включающую в себя несколько этапов:

1. анализ эффективности использования средств основного капитала;
 - 1.1. анализ состава, структуры и динамики основного капитала;
 - 1.2. расчет и анализ обобщающих показателей эффективности использования средств основного капитала (капиталоемкость, капиталотдача, рентабельность основного капитала);
2. разработка направлений повышения эффективности использования средств основного капитала (например, сокращение стоимости основного капитала, выражающееся в продаже и сдаче в аренду неиспользуемой его части);
3. реализация мер по выбранным направлениям.

Так или иначе в распоряжении любого коммерческого предприятия имеется немало способов увеличения прибыли и рентабельности. При этом важным является умение грамотно распределять приращенную прибыль с тем, чтобы фирма развивалась во всех направлениях и сферах своей деятельности: совершенствовала выпускаемую продукцию, выходила на новые рынки сбыта и таким образом обеспечивала себе долгие годы успешного развития в предстоящих периодах.

Библиографический список:

1. Ахмадиева, З. Р. Прибыль как экономическая категория / З. Р. Ахмадиева // Вестник науки и образования. — 2019. — № 9-2 (63). — С. 18-22.
2. Володина, С. Г. Методический подход к увеличению финансовых результатов организации на основе управления ценами (на примере предприятия рыбной промышленности) / С. Г. Володина // АНИ: экономика и управление. — 2018. — № 4 (25). — С. 77-79.
3. Довгань, С. В. Управление финансовыми результатами деятельности организации / С. В. Довгань, В. В. Куликова // Экономика и бизнес: теория и практика. — 2020. — № 3-1. — С. 55-58.
4. Евсеенко, Д. Д. Значимость показателей рентабельности в деятельности корпораций / Д. Д. Евсеенко // Вопросы науки и образования. — 2018. — № 10 (22). — С. 131-134.
5. Кемкина, Н. В. Учет и контроль производственных затрат предприятия / Н. В. Кемкина, А. И. Шелудякова, Н. П. Огарева // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. — 2019. — № 12-3. — С. 72-74.
6. Лапаев, Д. Е. Роль анализа финансово-хозяйственной деятельности в управлении предприятием и повышении его эффективности / Д. Е. Лапаев // Вестник СамГУ. — 2014. — № 8 (119). — С. 102-105.
7. Мараева, З. Л. Факторы, влияющие на финансовый результат деятельности организации / З. Л. Мараева, М. К. Афанесян // Экономика и бизнес: теория и практика. — 2019. — № 11-2. — С. 82-84.
8. Слепцов, В. В. Оптимизация налогообложения / В. В. Слепцов // Эпоха науки. — 2018. — № 13. — С. 59-60.

Оригинальность 95%