

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРИБЫЛЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

К.А. Кондратович, 1 курс

Научный руководитель – **О.В. Володько**, доцент, к.э.н., доцент

Полесский государственный университет

В современных условиях рыночной экономики, показатели прибыли и рентабельности играют существенную роль в оценке деятельности организаций. С переходом на самофинансирование и самообеспечение организации могут рассчитывать только на свои внутренние источники финансирования, наибольший удельный вес в которых занимает полученная прибыль. Самой же большой заботой каждой организации является способность конкурировать с внезапными быстро изменяющимися тенденциями на рынке. Ключевая деятельность каждого предприятия сосредоточена на грамотном управлении прибылью, ее финансовыми потоками.

Управление прибылью представляет собой процесс целенаправленного влияния субъекта на объект с целью свершения конкретных экономических последствий. Это основа экономической политики любой компании, в свою очередь прибыль в ее деятельности существенно воздействует на обслуживание компании и, собственно, на рентабельность. Эффективное же управление прибылью уменьшает необходимость в капитале, стимулирует оборот средств, а также ведет к расширению масштабов производства. Рост показателя эффективности деятельности, такого как прибыль, зависит не только от стабильности работы организации в определенный промежуток, но и от грамотного планирования в длительной перспективе [2, с. 112].

Инструментом управления прибылью является ее анализ: изучение обстоятельств и итогов развития, а также распределения. Для эффективного управления компанией необходимо понимать всю суть положения дел, сюда включаются данные о клиентах, поставщиках, качестве, а также о намеченных целях [3, с. 78].

Существует следующий алгоритм проведения анализа финансовых результатов предприятия:

- 1) Оценка состава и динамики прибыли. При этом используются такие показатели, как: прибыль от продаж; маржинальная прибыль; брутто-прибыль; чистая прибыль; капитализированная прибыль; потребляемая прибыль;
- 2) Оценка финансового результата от реализации товаров (услуг);
- 3) Анализ ценовой политики предприятия и факторная оценка уровня;
- 4) Анализ прочих расходов и доходов. В ходе анализа рассматриваются состав, динамика, выполнение плана и факторы, влияющие на суммы дохода;
- 5) Определение следующих показателей рентабельности: рентабельность продукции; рентабельность продаж; рентабельность совокупного капитала. После определения этих показателей необходимо сравнить их с плановыми значениями;
- 6) Оценка использования прибыли. На данном этапе производится учет уплаченных налогов, дивидендов, а также размер чистой и капитализированной прибыли [1, с. 608].

В рамках управления прибылью рационально применять следующие виды анализа:

- 1) Структурный анализ – позволяет проанализировать долю, которую занимает в общей сумме прибыль от основного и прочих видов деятельности;
- 2) Факторный анализ – изучение влияния на прибыль различных факторов: себестоимости товаров или услуг, расходов на оплату труда, объемов реализации, цен на товары, услуги организации.
- 3) Динамический анализ. Предполагает измерение темпов роста различных видов прибыли и их сопоставление между собой;
- 4) Индексный анализ. Позволяет установить тенденции постоянства или разбалансированности темпов роста или прироста видов прибыли, а также сезонности;
- 5) Сравнительный анализ представляет собой определение эффективности деятельности предприятия в сравнении с другими хозяйствующими субъектами [5, с. 260].

Таким образом представленный алгоритм даст основу для правильного выбора стратегии совершенствования управления прибылью.

В связи с современными реалиями к основным путям увеличения прибыли можно отнести следующие группы:

- 1) Увеличение объемов производства продукции, работ, услуг. Помимо увеличения продаж, предприятие также получает и дополнительный экономический эффект, за счет снижения доли условно-постоянных затрат в каждой произведенной единице продукции;
- 2) Повышение качества выпускаемой продукции, что в свою очередь приведет и к увеличению цены;
- 3) Снижение себестоимости выпускаемой продукции, в случае если данное снижение не повлияет на качественную характеристику продукции, то у предприятия можно будет заметить положительный эффект в виде увеличения маржи с каждой проданной продукции;
- 4) Привлечение новых клиентов, расширение рынка сбыта;
- 5) Совершенствование ассортимента и номенклатуры продукции. Здесь стоит обратить внимание на ту категорию продукции, которая приносит больше прибыли [4, с. 245].

Неправильное определение целей, а также неверная стратегия управления прибылью могут привести к получению убытков, вместо желаемой прибыли, что в свою очередь приводит к отрицательной динамике развития предприятия и, собственно, к банкротству. Прежде всего, важным условием получения прибыли является наличие ответов на следующие поставленные вопросы: что производить, как производить, для кого производить.

Список использованных источников

1. Савицкая Г. В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник. М.: Инфра-М, 2017. – 608 с.
2. Веснин В. Р., Грибов В. Д. Экономика предприятия в вопросах и ответах: Учебное пособие, М.: Проспект, 2017. – 112 с.
3. Мантуленко В.В., Керженцева А. А. Управление прибылью предприятия // Инновационная экономика: материалы междунар. Науч. Конф. – Казань: Бук, 2018. – 78 с.
4. Шафронов, А. Эффективность производства и факторы ее роста / А. Шафронов // Экономика и управление. – 2016. – 245 с.
5. Макарьева, Н.В., Андреева, Л.М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности организации. М.: Финансы и статистика, 2019. – 260 с.