

СТРАТЕГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Гержа Анна Геннадьевна, ассистент
Полесский государственный университет
 Gerzha Anna Gennadievna
 Polessky State University, anka.gerzha@mail.ru

Аннотация. Статья содержит основные аспекты стратегии формирования прибыли на промышленных предприятиях. Актуальность темы обусловлена тем, что прибыль является одним из наиболее важных показателей финансовых результатов хозяйственной деятельности предприятия.

Ключевые слова: прибыль, эффективность, стратегия, процесс формирования прибыли.

Формирование прибыли является одной из ключевых задач для промышленных предприятий, так как от этого зависит не только их финансовая устойчивость, но и возможность дальнейшего развития компании. В условиях глобализации и высокой конкуренции предприятиям необходимо разрабатывать эффективные стратегии, которые позволят оптимизировать затраты, увеличить выручку и, как следствие, прибыль.

Прибыль – основной показатель финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Она отражает чистый доход, созданный в материальной сфере производства. Планирование прибыли начинается после расчета плановой себестоимости производства и реализации продукции по экономическим элементам затрат. Однако прибыль бывает разных видов, а на ее величину и значение влияют самые разные факторы [1].

Под прибылью следует понимать разницу между доходами от продажи товаров и услуг и затратами на их производство и реализацию, представленная в денежном выражении. Этот показатель наиболее полно отражает эффективность производства, объем и качество выпускаемой продукции, состояние производительности труда и уровень себестоимости.

Для того, чтобы правильно определить, как будет формироваться прибыль, необходимо отличать различные виды прибыли (таблица 1).

Таблица 1. – Виды прибыли

Виды прибыли	Характеристика
Прибыль от реализации продукции (работ, услуг);	разница между выручкой, полученной от реализации, и текущими затратами на производство и реализацию товаров (работ, услуг), а также налогами, включаемыми в цену и уплачиваемыми из выручки. Является основным источником прибыли предприятия
Прибыль от операционных доходов и расходов	положительную разницу между операционными доходами и расходами (кроме реализации основных средств)
Прибыль от внереализационных операций	разница между доходами и расходами от внереализационных операций, а также налогами, включаемыми в цену и выплачиваемыми из выручки
Прибыль отчетного периода	сумма прибыли от реализации продукции (работ, услуг), операционной прибыли и прибыли от внереализационных операций
Льготируемая прибыль	та прибыль, которая в соответствии с Законом Республики Беларусь «О налогах на доходы и прибыль» не облагается налогом на прибыль
Налогооблагаемая прибыль	это облагаемая налогом прибыль, уменьшенная на сумму льготируемой прибыли, налога на недвижимость, исчисленного с остаточной стоимости основных производственных и непроизводственных фондов, прибыли по дивидендам и приравненным к ним доходам

Примечание – Источник: собственная разработка

Эффективность политики управления прибылью предприятия определяется результатами ее формирования и характером распределения.

Распределение прибыли представляет собой процесс формирования направлений ее использования исходя из целей и задач развития предприятия.

Прибыль распределяется в соответствии с законами о налогах и сборах, взимаемых в бюджет. Кроме того, предприятия должны выполнять свои обязательства перед банками, поставщиками, потребителями, акционерами, работниками предприятия. Чистая прибыль остается в распоряжении предприятия. Устав или учредительный договор устанавливают порядок использования чистой прибыли предприятия и образования фондов накопления, потребления, резервного фонда [2, с.41]. Одним из ключевых направлений формирования прибыли является оптимизация затрат. Это может быть достигнуто через снижение производственных затрат путем внедрения современных технологий, автоматизацию процессов, улучшение управления запасами. Кроме этого, нужно всегда находить пути наиболее эффективного управления ресурсами в условиях их ограниченности.

Существует множество факторов, которые фирма должна учитывать, так как они непосредственно влияют на размер прибыли. Для успешной ориентации в этих факторах предпринимателю необходимы знания о рыночной конъюнктуре и умение постоянно адаптировать развитие производства к её изменениям. Таким образом, при формировании прибыли предприниматель должен учитывать, что её величина зависит от:

- правильного выбора производственной направленности предприятия и выпуска продукции, пользующейся стабильным и высоким спросом;
- создания конкурентоспособных условий для продажи товаров и оказания услуг (цена, сроки поставок, обслуживание клиентов, послепродажное обслуживание и т.д.);
- объемов производства (чем больше объем продаж, тем выше прибыль);
- ассортимента продукции и снижения издержек производства.

Иными словами, для получения прибыли фирма должна производить товары, которые востребованы покупателями, и устанавливать на них такие цены, которые позволят реализовать необходимый объем продукции. Для увеличения прибыли она может повысить объем производства, внедрять научно-технические разработки, которые помогут увеличить производительность труда, улучшить качество продукции и снизить себестоимость.

Кроме того, фирма должна учитывать еще внешние и внутренние факторы, влияющие на формирование прибыли (таблица 2).

Таблица 2. – Факторы формирования прибыли

Вид факторов	Что относится к группе факторов
Внутренние факторы	- структура организации; - управление; - кадры; - конкурентоспособность и качество продукции; - объем продаж; - цены на продукцию; - структура продукции; - себестоимость продукции; - производительность труда; - другие
Внешние факторы	- уровень развития экономики страны; - меры регулирования со стороны государства; - демографическая ситуация и потребительские предпочтения; - природные факторы, транспортные и другие условия; - изменения цен на сырье, продукцию, материалы, топливо, покупные полуфабрикаты; - другие

Примечание – Источник: собственная разработка

Внешние факторы – это те факторы, на которые не может повлиять сама фирма. Внешние факторы существенно влияют на величину прибыли организации, но, в отличие от внутренних, не поддаются регулированию с ее стороны. Организация может только подстраиваться под них. Решения, который принимает организация с целью наибольшего получения прибыли с учетом этих факторов и будут оптимальными для нее методами получения прибыли.

Методы формирования прибыли напрямую связаны с производственной и предпринимательской деятельностью организации. Предприятие формирует валовую прибыль путем реализации своей продукции, но экономическая прибыль, формируется только в том случае, если совокупная прибыль превышает издержки.

Основные методы формирования прибыли представлены в таблице 3.

Таблица 3. – Методы формирования прибыли

Метод	Характеристика метода
Метод прямого счета	Является наиболее распространенным на предприятиях и обычно используется при ограниченном ассортименте продукции. Суть этого метода заключается в том, что прибыль определяется как разница между выручкой от реализации продукции (за вычетом НДС и акцизов) и полной себестоимостью этой продукции. Одной из разновидностей метода прямого счета является метод поассортиментного планирования прибыли. В этом случае прибыль суммируется по всем позициям ассортимента, а к полученному значению добавляется прибыль от реализации остатков готовой продукции на начало планируемого периода.
Аналитический метод	Применяется при наличии широкого ассортимента продукции и может служить дополнением к прямому методу, так как позволяет оценить влияние отдельных факторов на плановую прибыль. При этом методе прибыль рассчитывается не по каждому виду продукции, а по всему сопоставимому ассортименту в целом. Процесс расчета прибыли аналитическим методом включает три этапа: 1. Определение базовой рентабельности, которая вычисляется как отношение ожидаемой прибыли к полной себестоимости товарной продукции за тот же период. 2. Расчет объема товарной продукции в планируемом периоде по себестоимости отчетного года и определение прибыли исходя из базовой рентабельности. 3. Учет влияния различных факторов на плановую прибыль, таких как снижение себестоимости, повышение качества и сортности продукции, изменения в ассортименте и ценах. После выполнения всех расчетов по этим трем этапам определяется прибыль от реализации товарной продукции. Помимо прибыли от реализации товарной продукции, в общую прибыль включаются также доходы от продажи прочей продукции и услуг нетоварного характера, прибыль от реализации основных фондов и другого имущества, а также планируемые внереализационные доходы и расходы.
Метод совмещенного расчета	Метод совмещенного расчета сочетает элементы первого и второго методов. В этом подходе стоимость товарной продукции определяется по ценам планируемого года и себестоимости отчетного года с использованием метода прямого счета, тогда как влияние таких факторов, как изменение себестоимости, повышение качества и изменения ассортимента и цен, анализируется с помощью аналитического метода.

Примечание – Источник: собственная разработка

Получение определенной суммы прибыли определяет эффективность производства, однако сама сумма прибыли не характеризует, насколько эффективно работает предприятие. Для этого необходимо массу прибыли сравнить с затратами предприятия. Для этого рассчитывается показатель рентабельности.

Для увеличения прибыли от реализации товаров, услуг, работ требуется решение двух главных задач: обеспечить рост выручки от их продажи и добиться снижения их себестоимости.

Для увеличения выручки предприятия могут использовать несколько стратегий:

– Диверсификация продукции: разработка новых продуктов или услуг, которые могут привлечь новых клиентов или увеличить объем продаж существующим.

– Улучшение качества продукции: повышение качества товаров может способствовать увеличению цен и лояльности клиентов.

– Расширение рынков сбыта: выход на новые рынки, как внутренние, так и международные, может существенно увеличить объем продаж.

Формирование прибыли на промышленных предприятиях требует комплексного подхода и учета множества факторов. В условиях быстро меняющегося рынка предприятиям необходимо быть гибкими и готовыми к изменениям, чтобы оставаться конкурентоспособными и обеспечивать устойчивый рост прибыли. Принимая во внимание эти факторы, финансовый менеджер обосновывает и пытается реализовать стратегию формирования прибыли в текущем периоде. Для определения уровня затрат он использует их плановую калькуляцию, отчетные данные за прошедший период, составляет и анализирует несколько альтернативных вариантов и выбирает оптимальный исходя из стимулирования и достижения увеличения объема выручки от реализации продукции и снижения уровня затрат.

Список использованных источников

1. Методы формирования и планирования прибыли / Центр дистанционного образования «Элитариум» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.cfin.ru/management/finance/capital/ms.shtml>. Дата доступа: 06.04.2025.

2. Экономика предприятия отрасли. Экономика организации: краткий конспект лекций для студентов специальностей 1–26 02 02 «Менеджмент» и 1–25 01 08 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» дневной формы обучения / Т.Д. Сорокина. – Минск: БНТУ, 2012. – 61 с.