

Таким образом, в заключении вышесказанного необходимо отметить, что финансовый менеджмент для современных организаций – один из главных компонентов системы управления всеми имеющимися ресурсами с целью их оптимального и рационального использования для улучшения финансового положения предприятия на рынке.

Использованные источники:

1. Околокова О.А. Финансовая стратегия организации / О.А. Околокова, О.А. Тарасьева // Теория и практика современной науки. – 2016. - № 5 (11). – С. 709-712.
2. Осипова Т.Ю. Финансовый менеджмент хозяйствующего субъекта (на примере организаций) / Т.Ю. Осипова // Проблемы учета и финансов. – 2013. - № 1. – С. 31-40.
3. Коваленко О.Г. Теоретические основы финансового менеджмента / О.Г. Коваленко, Н.В. Колачева // Вестник НГИЭИ. – 2015. - № 1 (44). – С. 25-29.
4. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>– 06.06.2017.

УДК-33

Омарова С.Ж.
студент 3 курса
факультет «Управления»
Дагестанский государственный университет
научный руководитель: Магомедова З.О.
Россия, г. Махачкала

Omarova S. J.
student
The 3rd course, faculty of «Management»
Dagestan state University
Russia, Makhachkala
Research advisor: Magomedova Z. O.

АНАЛИЗ РЕЗЕРВОВ РОСТА ПРИБЫЛИ
ANALYSIS OF RESERVES OF GROWTH OF PROFIT

Аннотация: В статье речь идет о систематическом получении прибыли, что является одной из ключевых целей предпринимательской деятельности любого предприятия. Поэтому главной проблемой для предприятия является максимизация прибыли, что означает разработку стратегии на систематическое увеличение прибыли и минимизацию издержек.

Abstract: In this article we are talking about the systematic receipt of profit, which is one of the key objectives of business activities of any enterprise. So the main problem for the enterprise is to maximize profits, which means the development of a strategy to systematically increase profits and minimize costs.

Ключевые слова: прибыль, резерв, анализ, продажа, качество,

продукт, себестоимость.

Key words: *profit, reserve, analysis, sale, quality, product, cost price.*

«Какие резервы необходимы для роста прибыли?»

Прибыль как конечный финансовый результат на всех этапах развития экономики всегда имела огромное значение для эффективной работы предприятий и организаций. В условиях перехода к рыночным отношениям значение прибыли для хозяйствующих субъектов существенно возрастает, так как от этого зависит дальнейшее повышение эффективности их деятельности, конкурентоспособность и кредитоспособность.

Для обеспечения стабильного роста прибыли необходимо постоянно выявлять резервы ее увеличения.

Резервы роста прибыли - это возможности увеличения доходов и снижения расходов, которые могут быть получены предприятием за счет эффективной организации его деятельности. Значение поиска резервов роста прибыли объясняется стоящей перед руководством задачей ее максимизации. При наличии неиспользованных резервов повышения прибыли предприятия не испытывают дефицита, но при этом несут большие экономические убытки. При одновременном бездействии резервов по различным ресурсам убытки равны значительным потерям продукции за период существования резервов.

Резервы роста прибыли выявляются как на стадии планирования, так и в процессе выполнения планов. Определение резервов роста прибыли базируется на обоснованной методике их расчета, мобилизации и реализации.

Резервы увеличения прибыли определяются при разработке бизнес-плана предприятия на очередной плановый период. Источником информации служат данные анализа прибыли: тенденции в изменении состава и суммы прибыли; уровень влияния отдельных факторов в целом по предприятию и по отдельным изделиям на изменение прибыли в отчетном периоде; распределение чистой прибыли после налогообложения.

Выделяют три этапа этой работы: аналитический, организационный и функциональный:

-На первом этапе выявляют и количественно оценивают резервы.

-На втором разрабатывают комплекс инженерно-технических, организационных, экономических и социальных мероприятий, которые обеспечивают использование выявленных резервов.

-На третьем этапе практически реализовывают мероприятия и ведут контроль над их выполнением.

Резервы увеличения прибыли делятся на 2 группы:

1) **Поэлементные** - в той или иной степени могут быть реализованы посредством использования соответствующего фактора и конкретных путей, материализованных через внедрение тех или иных мероприятий. *Во-первых*, это увеличение объема производства. *Во-вторых*, увеличение цены реализации. *В-третьих*, снижение себестоимости. Наконец, это снижение и

предупреждение затрат, не связанных с производством. Поэлементные резервы в основном являются тактическими, их реализация - дело высшего и среднего звена руководства.

2) **Комплексные** резервы в основном носят стратегический характер, потому что каждый комплексный резерв включает 2 и более элементов, изменение которых имеет разнонаправленный характер. Это, *во-первых*, увеличение разницы между ценой реализации товара и затратами на его производство с целью опережения цены перед затратами (повышение качества, совершенствование моделей). *Во-вторых*, увеличение прибыли на единицу продукции (то есть оптимальный баланс между общим выпуском и ценой изделия).



«Анализ резервов роста прибыли»

1) **Объем продаж:** резерв повышения объема продаж умножается на фактическую прибыль в расчете на единицу продукции соответствующего вида:

$РПП\text{ выр} = S (РПВ\ i * Пр1i)$, где

РПП выр - резерв роста прибыли за счет увеличения объема продаж,

РПВ - резерв роста объема продаж на i-й вид продукции,

Пр1i - фактическая прибыль анализируемого периода на единицу i-й продукции.

Т а б л и ц а 20.13

Резервы роста прибыли за счет увеличения объема реализации продукции

Вид продукции	Резерв увеличения объема реализации, туб	Фактическая сумма прибыли за 1 туб, тыс. руб.	Резерв увеличения суммы прибыли, млн руб.
А	194	700	135,8
В	210	980	205,8
С	174	1790	311,4
Д	106	2050	217,0
Итого	—	—	870,0

2) Подсчет резервов увеличения прибыли за счет **снижения себестоимости** товарной продукции и услуг осуществляется следующим

образом: предварительно выявленный резерв снижения себестоимости каждого вида продукции умножается на возможный объем ее продаж с учетом резервов его роста:

$\text{РПП с/с} = S (\text{РСС } i * (\text{В1 } i + \text{РПВ } i))$, где

РПП с/с - резерв роста прибыли за счет снижения себестоимости,

РСС i - резерв снижения себестоимости на i -й вид продукции,

В1 i - фактическая выручка на i -й вид продукции.

При этом должны быть выявлены причины изменения себестоимости для того, чтобы разработать мероприятия на производство и реализацию продукции. На прибыль влияют следующие факторы производства: сырье и материалы (возможности снижения - эффективное использование, прогрессивные технологии и сами материалы, нормирование расхода), основные фонды (избавление от излишних, замена устаревших, оптимизация загрузки), трудовые ресурсы (повышение производительности труда, устранение простоев).

Т а б л и ц а 20.14

*Резервы увеличения суммы прибыли
за счет снижения себестоимости продукции*

Вид продукции	Резерв снижения себестоимости 1 туб продукции, тыс. руб.	Возможный объем реализации продукции, туб	Резерв увеличения суммы прибыли, млн руб.
А	200	5044	1008,8
В	120	5510	661,2
С	100	3224	322,4
Д	130	2665	346,6
Итого	—	—	2339,0

3) Повышение качества продукции:

Он подсчитывается следующим образом: изменение удельного веса каждого сорта (кондиции) умножается на отпускную цену соответствующего сорта, результаты суммируются, и полученное изменение средней цены умножается на возможный объем реализации продукции:

$\text{РПП кач} = S (\text{D УД} i * \text{Ц} i) / (\text{В1 } i + \text{РПВ } i)$, где

РПП кач - резерв роста прибыли за счет повышения качества продукции,

Д УД i и Ц i - соответственно удельный вес и цена i -го вида продукции.

**Резервы роста прибыли
за счет улучшения качества продукции по изделию D**

Сорт продукции	Отпускная цена за ед., тыс. руб.	Удельный вес, %			Изменение средней цены реализации, тыс. руб.
		факт	возможный	+, -	
Высший	8000	80	90	+10	+800
I	7000	10	10	-	-
II	6000	10	-	-10	-600
Итого	-	100	100	-	+200

Прибыль – один из основных финансовых показателей плана и оценки хозяйственной деятельности предприятий.

Значение прибыли, в условиях рыночной экономики, огромно. Товаропроизводители, стремясь к получению прибыли, увеличивают объем производства продукции, улучшают ее качество, ассортимент, снижают себестоимость продукции и тд. Этим достигается не только цель предпринимательства, но и удовлетворение общественных потребностей.

Положительный результат работы предприятия предполагает качественное управление процессом создания прибыли. Ведь именно от получаемой прибыли зависит экономическая устойчивость предприятия.

Использованные источники:

1. <http://www.bibliotekar.ru/deyatelnost-predpriyatiya-2/166.htm>
2. <http://www.mybntu.com/economy/ahd/rezervy-rosta-pribyli-i-rentabelnosti.html>
3. <http://mirznanii.com/a/26180/pribyl-na-predpriyatii-rezervy-ee-rosta>
4. http://studopedia.ru/1_1035_viyavlenie-rezervov-uvelicheniya-pribili-organizatsii.html
5. <http://uchebnik.online/ekonomicheskij-analiz-uchebnik/analiz-rezervov-rosta-51438.html>
6. http://studopedia.su/10_12_8970_analiz-rezervov-rosta-pribili.html
7. <http://economics.studio/finansovyy-analiz/104-analiz-rezervov-rosta-24901.html>
8. <http://fgpodsobka.narod.ru/Pribyl.htm>
9. <http://www.studfiles.ru/preview/1880752/page:41/>