

*Калонов Н.А.,  
магистрант*

*2 курс, «Экономика и управление на предприятии»*

*Академия Наук Республики Таджикистан Худжандский научный центр*

*Таджикистан, г. Худжанд*

*Научный руководитель: Кодирова Г.А., к.п.н.*

## **СОЗДАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ПРИБЫЛИ И ПРИБЫЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

***Аннотация:** В статье проводится анализ таких экономических категорий как «прибыль» и «рентабельность». Характеризуются факторы, способные повлиять на состояние прибыли и рентабельности предприятия. Рассматриваются основные источники получения прибыли предприятием. Исследуются возможные механизмы формирования финансовых результатов предприятия. Проводится анализ расчета рентабельности предприятия и определяются ее основные виды.*

***Ключевые слова:** предприятие, организация, прибыль, рентабельность, эффективность деятельности организации, механизм формирования финансовых результатов предприятия.*

***Annotation:** The article analyzes such economic categories as "profit" and "profitability". The factors that can affect the state of profit and profitability of the enterprise are characterized. The main sources of profit by the enterprise are considered. Possible mechanisms of formation of the financial results of the enterprise are investigated. The analysis of the calculation of the profitability of the enterprise is carried out and its main types are determined.*

***Keywords:** enterprise, organization, profit, profitability, efficiency of the organization, the mechanism for the formation of the financial results of the*

*enterprise.*

В современных условиях рыночных отношений одними из важнейших показателей эффективности работы всех организаций являются прибыльность и рентабельность. Достижению высокого уровня данных показателей способствует тщательное экономическое исследование формирования финансовых результатов жизнедеятельности организации. К повышению эффективности стремится каждое предприятие.

Демчук О.В. пишет о том, что, как экономическая категория прибыль – это выраженный в денежной форме чистый доход предпринимателя на вложенный капитал, характеризующий его вознаграждение за риск осуществления предпринимательской деятельности, представляющий собой разность между полученным совокупным доходом и совершенными совокупными затратами в процессе этой деятельности [3, с. 7].

По мнению М.М. Шадурской [6], прибыль, полученная предприятием от производственно-хозяйственной деятельности, имеет следующие характеристики, представленные на рисунке 1.



Рисунок 1. Характеристика прибыли от производственной деятельности предприятия

В росте прибыли заинтересованы не только само предприятие, но и государство.

Н.А. Бузаева считает, что существуют внешние и внутренние факторы, способные повлиять на показатели валовой прибыли. К внешним факторам относят местоположение предприятия и климатические условия местности, показания экологии, экономики, политики, а также принятое в стране законодательство и др.; к внутренним факторам – темп и мощность производства, мероприятия по снижению себестоимости, маркетинговые стратегии, мероприятия по повышению качества товаров и услуг [2, с. 93].

Как утверждает А.С. Медунов, величина прибыли организации зависит от нескольких показателей:

- верность выбора производственной направленности организации по выпуску продукции (продукция, пользующаяся стабильно высоким спросом);

- формирование конкурентоспособных условий продажи продукции (ценовая политика, сроки поставок продукции, уровень сервиса в обслуживании покупателей, послепродажное сопровождение);

- объемы производства (прямая зависимость величины объема от массы прибыли);

- ассортимент выпускаемой продукции [5, с. 77].

Лосева Ю.Ю. отмечает, что в условиях рыночных отношений существует два основных источника получения прибыли предприятием. Первый источник – это монопольное положение предприятия по объему и уникальности выпускаемой продукции. Вторым источником является знание конъюнктуры рынка и умение адаптировать под нее эффективность своего производства [4, с. 368]. В.Ф. Протасов пишет о том, что механизм формирования финансовых результатов предприятия включает в себя:

- выручку от продажи продукции предприятия или услуг;
- валовую прибыль;
- прибыль от продаж;

- прибыль до налогообложения;
- чистую прибыль [1, с. 219].

Базовым показателем является выручка, поскольку она отражает первичный доход предприятия. Далее по уменьшению идет маржинальная (за вычетом переменных затрат), валовая (за вычетом себестоимости технологической), от продаж (за вычетом себестоимости полной), операционная (за вычетом прочих расходов с прибавлением прочих доходов и процентов к уплате), балансовая (за вычетом прочих расходов с прибавлением прочих доходов), чистая (за вычетом налогов). Прибыль отражает абсолютный результат деятельности организации без учета ресурсов, вложенных предприятием для своей жизнедеятельности, поэтому его следует дополнять значениями рентабельности, которые и показывают степень эффективности предприятия [7, с. 317].

Каждый вид прибыли необходим для решения определенных задач. Без их учета невозможен полноценный анализ деятельности. Прибыль является финансовым результатом и абсолютным показателем. Иными словами, его можно использовать только для внутренних нужд. Разработка стратегии основывается именно на видах прибыли. В случае необходимости сравнения с деятельностью других организаций, то показатели прибыли использовать нельзя, вместо них эксплуатируются показатели эффективности, например, рентабельность.

Воробьев И.П. полагает, что финансовые результаты деятельности организации характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности.

Демчук О.В. определяет, что прибыль, выручка и объем продаж являются абсолютными показателями или экономическим эффектом и сравнивать эти данные нескольких предприятий некорректно, потому что подобное сравнение не покажет истинное положение дел.

Рентабельность, в отличие от прибыли, является относительным

показателем, по этому, рентабельность нескольких предприятий возможно сравнивать между собой [3, с. 11]. Рентабельность – это общий показатель экономической эффективности деятельности предприятия или использования капитала/ресурсов (материальных, финансовых и т.д.). Данный показатель необходим для анализа хозяйственной деятельности и для сравнения с другими предприятиями [6, с. 978].

Шадурская М.М. говорит о том, что группа взаимосвязанных между собой факторов формирует рентабельность предприятия. Данные факторы по своему составу проявляют разнородное воздействие на результаты работы организации (как положительно, так и отрицательно), в соответствии с этим их систематизируют по различным критериям (по видам деятельности, источникам формирования, порядку формирования) [6, с. 981]. Факторы, влияющие на величину финансовых результатов отчетного периода делятся на внешние и внутренние.

К внешним факторам относятся: факторы рыночной конъюнктуры и административно-правовые факторы. К внутренним факторам можно отнести материально-технические, организационно-управленческие, факторы экономического стимулирования и социальные факторы условий труда [4, с. 363].

По мнению В.Ф. Протасова, возможно предприятие с меньшим объемом продаж будет более эффективным и устойчивым, то есть обойдет другое предприятие по относительным показателям, что важнее. Рентабельность также сравнивают с КПД (коэффициентом полезного действия). В общем виде рентабельность показывает сколько рублей (копеек) прибыли принесет один рубль, вложенный в активы или ресурсы. Для рентабельности продаж формула читается следующим образом:

- сколько копеек прибыли содержится в одном рубле выручки.

Измеренный в процентах, данный показатель отражает эффективность деятельности.

Существуют несколько основных видов рентабельности:

- рентабельность продукции/продаж;
- рентабельность себестоимости;
- рентабельность активов;
- рентабельность инвестиций;
- рентабельность персонала [1, с. 319-320].

Универсальная формула для расчета рентабельности выглядит следующим образом:

$$RO = \frac{\text{Вид прибыли}}{\text{Показатель рентабельность которого необходимо рассчитать}} * 100\%$$

В числителе вид прибыли – чаще всего используется прибыль от продаж (от реализации) и чистая прибыль, но возможен расчет на основе валовой прибыли, балансовой прибыли и операционной прибыли.

Все виды прибыли можно найти в отчете о финансовых результатах (о прибылях и убытках). Таким образом, можно сказать, что прибыль является экономической разницей между общими доходами и расходами на производство и реализацию продукции, учитывая потери при различных хозяйственных операциях в периоды отчетов. Проследить соотношение потребленных ресурсов с вложенным капиталом помогают показатели рентабельности, способные определить конечные результаты деятельности организации. В развитой рыночной экономике решающим стимулом предпринимательской деятельности является получение и увеличение положительного финансового результата, который характеризуется суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности. Чем больше величина прибыли и выше уровень рентабельности, тем эффективнее функционирует субъект хозяйствования, тем устойчивее его финансовое состояние. Поэтому поиск резервов увеличения прибыли и рентабельности является одной из важнейших задач в любой сфере бизнеса.

### **Список использованных источников:**

1. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия / В.Ф. Протасов. – М.: Юристъ. 2018. – 422 с.
2. Бузаева Н.А. Анализ прибыльности и рентабельности предприятия // Научно- исследовательские публикации. – 2017. – № 11 (78). – С. 90-99.
3. Демчук О.В. Прибыль и рентабельность предприятия: сущность, показатели и пути повышения // Проблемы экономики и менеджмента. – 2015. – № 8 (48). – С. 6-15.
4. Лосева Ю.Ю. Прибыль и рентабельность как факторы укрепления финансового состояния организации // Корпоративное управление и инновационная деятельность. – 2017.– № 9 (18). – С. 367-369.
5. Медунов А.С. Показатели прибыли и рентабельности предприятия и их анализ // Вопросы структуризации экономики. – 2016. – № 11 (31). – С. 77-83.
6. Шадурская М.М. Прибыль и рентабельность предприятия // Материалы XI Международной конференции «Российские регионы в фокусе перемен». – 2016. – С. 978-985.
7. Экономика и управление организацией (предприятием): учебное пособие /И.П. Воробьев, Е.И. Сидорова, А.Т. Глаз. – Минск: Квилория В. Т., 2014. – 422 с.