

Сидорук Д. К., студент
научный руководитель – **Кривицкая Т. В.**, старший преподаватель
УО «Брестский государственный технический университет»,
г. Брест, Республика Беларусь

ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РЕСУРСАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Прибыль является основным внутренним источником формирования финансовых ресурсов предприятия, обеспечивающих его развитие. Чем выше уровень генерирования прибыли в процессе хозяйственной деятельности, тем меньше потребность предприятия в привлечении финансовых средств из внешних источников. При прочих равных условиях тем выше уровень самофинансирования его развития, обеспечения реализации стратегических целей этого развития, повышения конкурентной позиции предприятия на рынке. При этом, в отличие от некоторых других внутренних источников формирования финансовых ресурсов предприятия, прибыль является постоянно воспроизводимым источником и ее воспроизводство в условиях успешного хозяйствования осуществляется на расширенной основе.

Одновременно прибыль является главным источником возрастания рыночной стоимости предприятия. Способность самовозрастания стоимости капитала обеспечивается путем капитализации части полученной предприятием прибыли, то есть ее направления на прирост его активов. Чем выше сумма и уровень капитализации полученной предприятием прибыли, тем в большей степени возрастает стоимость его чистых активов (активов, сформированных за счет собственного капитала), а соответственно и рыночная стоимость предприятия в целом [1].

Прибыль не остается полностью в распоряжении предприятия, ее значительная часть поступает в виде налогов в бюджет и отчислений в фонды, что определяет сферу финансовых отношений между предприятием и государством по поводу распределения созданного чистого дохода. Прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия, – это многоцелевой источник финансирования его потребностей, но основные направления ее использования можно определить как накопление и потребление. Пропорции распределения прибыли на накопление и потребление определяются перспективами развития предприятия [2].

В настоящее время экономика требует от предприятий повышения эффективности производства, конкурентоспособности продукции и услуг, на основе внедрения достижений научно-технического прогресса, эффективных форм хозяйствования и управления производством, активизации предпринимательства, инициативы и т. д.

Важная роль в реализации этой задачи отводится анализу и оценке хозяйственной деятельности предприятий. С его помощью вырабатываются стратегии и тактика развития предприятия, обосновываются планы и управленческие решения, осуществляется контроль за их выполнением, выявляются резервы повышения эффективности производства, оцениваются результаты деятельности предприятия, его подразделений и работников. Необходимо знать не только общие закономерности и тенденции развития экономики, но и тонко понимать появления общих специфических и частных экономических законов в практике своего предприятия, своевременно замечать тенденции и возможности повышения эффективности производства. Необходимо владеть современными методами экономических исследований, методикой системного, комплексного экономического анализа, мастерством точного, своевременного, всестороннего анализа результатов хозяйственной деятельности. Конечным положительным финансовым результатом хозяйственно-финансовой деятельности субъекта хозяйствования является прибыль, а показателем эффективности деятельности рентабельность.

Прибыль представляет собой реализованную часть чистого дохода, созданного прибавочным трудом его коллектива. Значение прибыли обусловлено тем, что, с одной стороны, она

зависит в основном от качества работы, создает экономическую заинтересованность в наиболее эффективном использовании ресурсов, поскольку является основным источником производственного и социального развития, а с другой – является важнейшим источником формирования государственного бюджета. Таким образом, в росте суммы прибыли и процентном выражении рентабельности заинтересованы каждый субъект хозяйствования и государство. Изменение прибыли и рентабельности происходит за счет как внутренних, так и внешних факторов. Поэтому необходимо проводить систематический анализ формирования, распределения и использования прибыли. Результаты анализа и оценки используются для принятия экономических решений, выбора наилучшего варианта инвестиций, развития предприятия с учетом перспектив [3].

Именно за счёт прибыли происходит усовершенствование оборудования и техники, что увеличивает производительность работы предприятия, увеличиваются фонды оплаты труда, внедряются различные инновации, влекущие за собой развитие организации. Анализ функционирования, источников прибыли, её распределения и целей её использования позволяет определить разного рода проблемы, влияющие как на рентабельность, так и на весь финансовый результат предприятия. После тщательного изучения данных проблем принимаются меры для их полного исключения, а также по увеличению прибыли. Величина прибыли обусловлена множеством факторов, неразрывно связанных друг с другом.

Предприятия постоянно находятся во взаимоотношениях с внешней средой: покупателями, производителями и продавцами товаров; инвесторами; кредиторами; общественными организациями и государственными учреждениями. Совокупность этих отношений непосредственным образом влияет на эффективность работы предприятий, сумму их прибыли, рентабельность деятельности [1].

В практике применяются разные способы снижения себестоимости, такие как экономия топливно-сырьевых ресурсов, материальных и трудовых затрат, снижение доли амортизационных отчислений в себестоимости, сокращение административных расходов. Однако следует иметь в виду, что уменьшение себестоимости имеет свой предел, после которого оно невозможно без снижения качества продукции. То же относится и к административным, и коммерческим расходам, которые невозможно свести к нулю, поскольку без них предприятие нормально функционировать не сможет, и продукция реализовываться не будет. Детальный анализ финансового состояния помогает выявить уже имеющиеся и потенциальные резервы организации в этой области.

В ходе изучения деятельности предприятия ООО «РоилПак», а именно прибыли и рентабельности организации, которые во многом определяют, какую тактику и стратегию выберет руководство на рынке, была выявлена проблема снижения объемов продаж. Для того чтобы организация оставалась прибыльной, на данный момент необходимо увеличение товарооборота в организации, соответственно, увеличения объемов продаж.

В первую очередь предприятие может увеличить выручку от реализации товара. Для этого можно расширить номенклатуру продаваемого товара и увеличить ассортимент товара. Учитывая, что на предприятии есть несколько грузовых автомобилей, можно добавить такой вид деятельности, как транспортные услуги по доставке груза с возможностью поиска обратной загрузки.

Для уменьшения затрат и, соответственно увеличения прибыли предприятие может взять в аренду небольшой микроавтобус для доставки товара покупателям. Еще один способ для увеличения прибыли можно предложить в виде аренды небольшого помещения под склад в Бресте для срочной доставки товара, так как основной склад предприятия находится в г. Жабинка. Также для увеличения прибыли и привлечения новых покупателей предприятие может заключить с производителями товаров и официальными импортерами дилерские договоры для представительства данных предприятий в определенных областях Республики Беларусь. Это позволит привлечь новых потенциальных покупателей, так как при таком договоре предприятие

будет иметь меньшую стоимость товаров и единственным продавцом данных товаров на оговоренной территории, соответственно повысит свою конкурентоспособность на рынке.

Персонал является определяющим фактором развития предприятия, а также одним из главных факторов увеличения прибыли, поэтому необходимо постоянно поддерживать и повышать эффективность его работы.

Повышение эффективности работы персонала необходимо за счет оптимизации структуры, повышения квалификации и обучения, поиска более компетентных кадров, изменение мотивационной системы. Часто эффективностью работы персонала добиваются процветания той или иной бизнес-структуры. Основные способы возможного повышения эффективности работы персонала: контроль и поддержание трудовой дисциплины, качественное управление и учет результатов за выполненную работу каждого сотрудника.

Для того чтобы организация увеличила свою прибыль, необходимо расширение рынков сбыта. Для этого необходимо разнообразить каналы сбыта. Эффективность сбытовой деятельности характеризуется результативностью принятых управленческих решений.

Прибыль изменяется под влиянием таких факторов, как изменение цен, изменение затрат (себестоимости) организации, изменение объема реализации товаров. По прибыли можно определить рентабельность, изучить эффективность функционирования предприятия. Прибыль является одним из источников стимулирования труда, производственного и социального развития предприятия, роста его имущества, собственного капитала.

Очевидно, что от эффективности управления финансовыми ресурсами и предприятием целиком и полностью зависит результат деятельности предприятия в целом. Финансовая стабильность достигается за счет ритмичной и эффективной работы предприятия, умелого управления производственными фондами и источниками их формирования, то есть умелого управления активами и пассивами предприятия. Этому оказывают содействие: прогнозируемое размещение и эффективное использование собственного и привлеченного капитала, всесторонний анализ и объективная оценка финансового состояния по данным финансовой отчетности, использование оптимальных управленческих решений для обеспечения финансовой стабильности.

Литература

1. Алексеева М., А. Планирование деятельности фирмы: учеб. пособие / М. А. Алексеева – М. : Финансы и статистика, 2019.
2. Андреева, Л. М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности организации. / Л. М. Андреева, Н. В. Макарьева. – М. : Финансы и статистика, 2019.
3. Беланова, Н. Н. Пути увеличения прибыли на предприятии / Н. Н. Басов // Ученые записки Тамбовского отделения РСОМУ. – 2020. – № 8.

УДК 339.138

Смирнова Е. С., Новичихина Е. А., студенты
Сибирский государственный университет науки и технологий
имени академика М. Ф. Решетнева,
г. Красноярск, Российская Федерация

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ DIGITAL-МАРКЕТИНГА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Digital-маркетинг появился в конце XX века в связи с развитием цифровых информационных технологий. Этот вид маркетинга включает в себя как офлайн, так и онлайн-каналы продвижения товаров и услуг. Он позволяет привлечь значительно больше клиентов, в отличие от традиционного маркетинга, и обеспечить индивидуальный подход к обслуживанию каждого из них.