

## **ОПТИМИЗАЦИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРЕДПРИЯТИЯ**

На сегодняшний день в рыночных условиях укрепление имущественного положения субъекта хозяйствования на основе управления его платежеспособностью и ликвидностью является основным индикатором обеспечения финансовой безопасности предприятия, что определяет эффективность его работы и устойчивое положение на рынке. Финансовое состояние предприятия должно быть проанализировано для выявления недостатков организации деятельности, будущих резервов и дальнейшего эффективного развития.

Перед Республикой Беларусь возникла необходимость увеличения темпов роста экономики, создания конкурентных преимуществ и удовлетворения потребительского спроса при сокращении расходов. Торговля – одна из самых важных сфер деятельности, где предприятия вынуждены адаптироваться к рыночным и конкурентным условиям. Возникла необходимость самостоятельно решать вопросы коммерческого бизнеса, имеющие ответственный характер, что требует понимания проблем, которые стоят перед каждым субъектом хозяйствования, а также принятия грамотных решений, основанных на грамотном подходе.

Размер прибыли торгового предприятия зависит от множества внешних и внутренних факторов. Оценка влияния этих факторов на размер прибыли, и выявление резервов ее повышения определяют возможные пути увеличения прибыли предприятия. Прибыль от реализации товаров занимает наибольший удельный вес в структуре прибыли торгового предприятия, поэтому при выявлении основных путей увеличения прибыли необходимо рассматривать резервы увеличения именно прибыли от реализации. Ее величина формируется под воздействием трех основных факторов: величины расходов на реализацию, объема товарооборота и уровня действующих цен [1].

В торговле решающее значение имеет объем реализованной продукции, определенный спросом. Увеличение товарооборота в натуральном выражении при прочих равных условиях ведет к росту прибыли. Увеличение объемов товарооборота невозможно, если предприятие не располагает необходимыми для этого материальными, трудовыми, техническими ресурсами. Для получения этих ресурсов необходимы капитальные вложения, что требует технического совершенствования предприятия. Предприятия, располагающие средствами для проведения капитальных вложений, реально могут увеличивать свою прибыль за счет увеличения объемов реализации товаров, если они могут обеспечить рентабельность инвестиций выше темпов инфляции [3].

Для определения резервов роста прибыли за счет увеличения объемов реализации необходимо выявленный ранее резерв роста объема реализации умножить на фактическую прибыль в расчете на единицу продукции соответствующую

щего вида. Не требует затрат ускорение оборачиваемости оборотных средств, которое также ведет к увеличению объемов реализованных товаров и, следовательно, к увеличению прибыли от реализации. Снижение величины расходов на реализацию очень заметно сказывается на росте прибыли при прочих равных условиях [2].

Эффективное обслуживание возможно только при наличии своевременных данных о рынке, и управление торговой деятельностью не может быть отделено от системы менеджмента торговой организации, поскольку они представляют собой целостное управление. При оказании услуг необходимо учесть особенности коммерческих сделок, которые применяются для продажи товаров.

Коммерческие действия в условиях рынка при высоком уровне насыщенности товарами должны быть направлены на комплексное исследование рынка, а также требования к товару и услуге, эффективное руководство процессами коммерческой деятельности. Чтобы это сделать, необходимо использовать механизмы рынка для управления торговой деятельностью, обосновать принятие решений, обеспечивая наиболее полный учет интересов конкретного потребителя и с минимальными затратами удовлетворять его. В условиях конкуренции важно усиление коммерческого и маркетингового сопровождения продукции, которое является активным инструментом конкурентного противостояния рынка.

Использование маркетинговых концепций в коммерческих операциях в новых условиях позволит улучшить их эффективность, повысить конкурентоспособность, решить стратегические задачи. Все это ведет к необходимости адаптации коммерческих операций к условиям рынка, формирования конкурентных преимуществ товаров, концентрации усилий за счет усовершенствования методов продаж и сервиса, расчета коммерческих рисков и принятия упреждающих мер по их уменьшению. Постоянное повышение квалификации персонала, применение стратегического подхода к организации бизнеса, обеспечивающего его динамичный рост на протяжении длительного периода. Эффективное удовлетворение имеющихся потребностей, формирование новых и поиск дополнительных рынков, применение наиболее эффективных инструментов и методов, предлагаемых маркетингом, применение инновационных подходов обеспечит развитие ООО «РоилПак».

Для определения эффективности работы необходимо сопоставить результаты (в данном случае прибыль) с затратами или ресурсами, которые обеспечили эти результаты. Прибыль отражает эффективность всей деятельности предприятия, а также рациональности использования отдельных ресурсов и компонентов, представляет собой конечный результат деятельности предприятия и финансовую основу для его развития. Она также является основным критерием оценки хозяйственной и финансовой деятельности предприятия, его способности своевременного исполнения обязательств перед поставщиками и кредиторами, надежности предприятия как объекта инвестирования.

Очевидно, что от эффективности управления финансовыми ресурсами зависит результат деятельности предприятия в целом. Поэтому для стабилизации финансового состояния предприятия, а также в целях улучшения его финансо-

вых результатов необходимо заниматься планированием и прогнозированием управления финансов предприятия.

Предложенные методики позволяют осуществить сравнительный анализ деятельности ООО «РоилПак» с учетом факторов формирования прибыли, дать оценку изменениям таких показателей, как критический объем продаж, запас финансовой прочности и подвести итоги о рисках хозяйственной деятельности, связанных с нерациональной структурой затрат и последствиями вероятного снижения объема продаж, повысить эффективность принятия управленческих решений, используя внедрение системы, в которой отражены все автоматизированные бизнес-процессы, в основе, которых лежит более совершенный подход, который может быть использован для достижения конкурентных преимуществ и устойчивого положения субъекта на рынке.

#### **Список цитированных источников:**

1. Ефимова, О. В. Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений: учебник / О. В. Ефимова. – М. : Омега-Л, 2019. – 348 с.
2. Журина, Н. А. Оптимизация путей использования прибыли / Н. А. Журина, А. Б. Плисова // Современная экономика: Актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей победителей VIII Международной научно-практической конференции (Пенза, 20 июня 2017 г.): в 2-х ч. – Пенза : Наука и просвещение, 2017. – Ч. 1. – С. 120–122.
3. Шеремет, А. Д. Финансовый анализ: учебно-методическое пособие / А. Д. Шеремет, Е. А. Козельцева. – М. : Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, 2020. – 200 с.

УДК 346.61

*Сидорчик Е. П.*

*Научный руководитель: ст. преподаватель Кот Н. Г.*

## **ВЛИЯНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЦЕН В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СУБЪЕКТОВ ТОРГОВЛИ**

Введение Государственного регулирования цен представляет собой воздействие на процессы установления и применения цен (тарифов) со стороны субъектов ценообразования, осуществляющих регулирование цен (тарифов).

Согласно Закону Республики Беларусь № 255-З «О ценообразовании» от 10 мая 1999 года в Республике Беларусь на товары (работы, услуги) применяются свободные цены (тарифы). Регулируемые цены и тарифы могут применяться на товары естественных монополий, а также на отдельные товары, перечень которых устанавливает Президент Республики Беларусь или по его поручению Совет Министров Республики Беларусь.

19 октября 2022 года было утверждено постановление №713 «О системе регулирования цен», которое установило предельные надбавки на товары, производимые (ввозимые) и (или) реализуемые на внутренний рынок Республики Беларусь, указанные в Перечне регулируемых потребительских товаров к этому