

А.О. МАМОНТОВА, магістр, НТУ «ХПІ»

ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА КОМПЛЕКСНИМ МЕТОДОМ

Дана робота дозволить прояснити всі деталі, щодо підвищення прибутку до найбільш максимального рівня за рахунок не тільки звичайних методів. Тобто пропонується вдосконалити систему і застосувати комплексний метод підвищення прибутку на підприємстві. Це дуже складне і важливе питання тому, що прибуток підприємства в ринковій економіці займає одну з головних ролей.

The given work allows making clear all the details as for the increasing of income to the maximum level at the expense of not only ordinary methods. It means that here is proposed to perfect the system and to apply a complex method of increasing the enterprise income. This is a very difficult and important question because the enterprise income in market economy plays one of the most important roles.

Ключові слова: ПРИБУТОК, СОБІВАРТІСТЬ, ЦІНА, ВИТРАТИ, РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ

Вступ

Актуальність даної теми полягає в тому, що прибуток є одним з основних показників господарської діяльності підприємства і на законодавчому рівні визначена як основна мета створення комерційних підприємств. За рахунок прибутку живе і розвивається будь-яке комерційне підприємство - це основне джерело фінансових ресурсів підприємств, формування централізованих і децентралізованих фондів грошових коштів. За рахунок прибутку також відбувається формування бюджетних ресурсів держави, здійснюється фінансування розширення підприємств, матеріальне стимулювання працівників, рішення соціально-культурних заходів та ін. В зв'язку з цим в отриманні прибутку зацікавленими є не тільки керівництво і трудові колективи підприємств, але і держава в цілому. І тому так важливі питання збільшення прибутковості господарюючих суб'єктів.

Постановка задачі

Основною метою даної роботи є розробка та впровадження комплексного методу щодо підвищення прибутку підприємства.

Методологія

При дослідженні даної теми, було виявлено, що застосовується велика кількість методів для підвищення прибутку підприємства. Також була розроблена програма щодо підвищення прибутку підприємства комплексним методом

Результати дослідження

Прибуток - це підсумковий показник, результат фінансово-господарської діяльності підприємств як суб'єктів господарювання.[Ковалева А.М.] Тому прибуток відображає її результати і знаходиться під впливом багатьох чинників.

Основними чинниками, які ведуть до зміни прибутку є:

- 1) об'єм продажів - при високій питомій вазі постійних витрат в собівартості продукції зростання об'ємів реалізації приведе до ще більшого зростання прибутку за рахунок зниження частки постійних витрат, що доводяться на одиницю продукції;
- 2) зростання цін - в період високих темпів інфляції зростання прибутку можна забезпечити за рахунок цінового чинника;
- 3) зниження собівартості - зниження витрат без негативного впливу на якість продукції, досягається за рахунок більшої керованості і контролю в області витрат;
- 4) оновлення асортименту і номенклатури продукції, що випускається - прибуток в ринковій економіці - рушійна сила оновлення як виробничих фондів, так і продукції, що випускається. Характерний прояв цієї сили в концепції життєвого циклу продукції.

Для детального нагляду та розкриття змісту комплексного методу, пропонується розглянути приклад впровадження його на підприємстві ТОВ «Пронто-Реклама».

Підприємство займається видавничою діяльністю, видає газету «Авізо».

В ході аналізу господарської діяльності ТОВ «Пронто-реклама» за період 2007-2008 рр., було виявлено наступне:

- 1) в 2008 році відбулося збільшення об'єму продукції, що випускається, в абсолютному (+49,4%) і натуральному виразі (+35,18% або 557 538,07 грн.);
- 2) в цьому ж періоді покращали показники ефективності використання ОПФ підприємства - фондівдача виросла на 13,77 грн./грн. і склала 30,4 грн./грн., а фондомісткість продукції скоротилася на 0,03 грн./грн. і склала 0,03 грн./грн.;

3) чисельність персоналу з причини проведення заходів щодо поліпшення якості обслуговування клієнтів ТОВ «Пронто-реклама» виросла на 6 чіл. або 25% і склала 30 чіл.;

4) на фоні збільшення чисельності персоналу відбулося зниження вироблення персоналу, зайнятого у виробництві, на 49 915,08 грн./чел. або на 18,89% порівняно з 2007 г.;

5) аналіз витрат досліджуваного підприємства показав, що найбільшу питому вагу в структурі витрат мають матеріальні витрати (37,21%) і витрати на оплату праці персоналу (27,6%), що характерне для всієї галузі в цілому;

6) в 2007 році витрати операційної діяльності підприємства виросли на 38,76% або на 494 956,56 грн., що відбулося в основному за рахунок зростання матеріальних витрат і витрат на оплату праці персоналу;

7) таким чином, доходи досліджуваного підприємства в 2008 році виросли на 35,18%, а витрати на 38,76% - отже, має місце картина невідповідності темпів зростання доходів і витрат підприємства;

8) об'єм валового прибутку підприємства в 2008 році виріс на 20,31%, проте, рентабельність виробництва при цьому знизилася на 13,3%, а рентабельність продажів зменшилася на 11%, отже, прибутковість підприємства була понижена.

Тобто підприємство несе збитки від нереалізованої продукції.

Резерви збільшення суми прибутку визначаються для кожного виду товарної продукції. Їхніми основними джерелами є збільшення об'єму реалізації продукції, зниження її собівартості (за рахунок економного використання резервів, витрат на телефонію, Інтернет інформаційне обслуговування, рекламну діяльність, поштово-телефонні витрати, зменшення втрат від браку, від нереалізованої продукції та ін.), покращення якості продукції, реалізація її на більш вигідних ринках та ін. [Бланк І.А.].

Отже, пропонується підвищити прибуток комплексним заходом. Тобто не тільки підвищити ціну продаж, а й зменшити собівартість продукції.

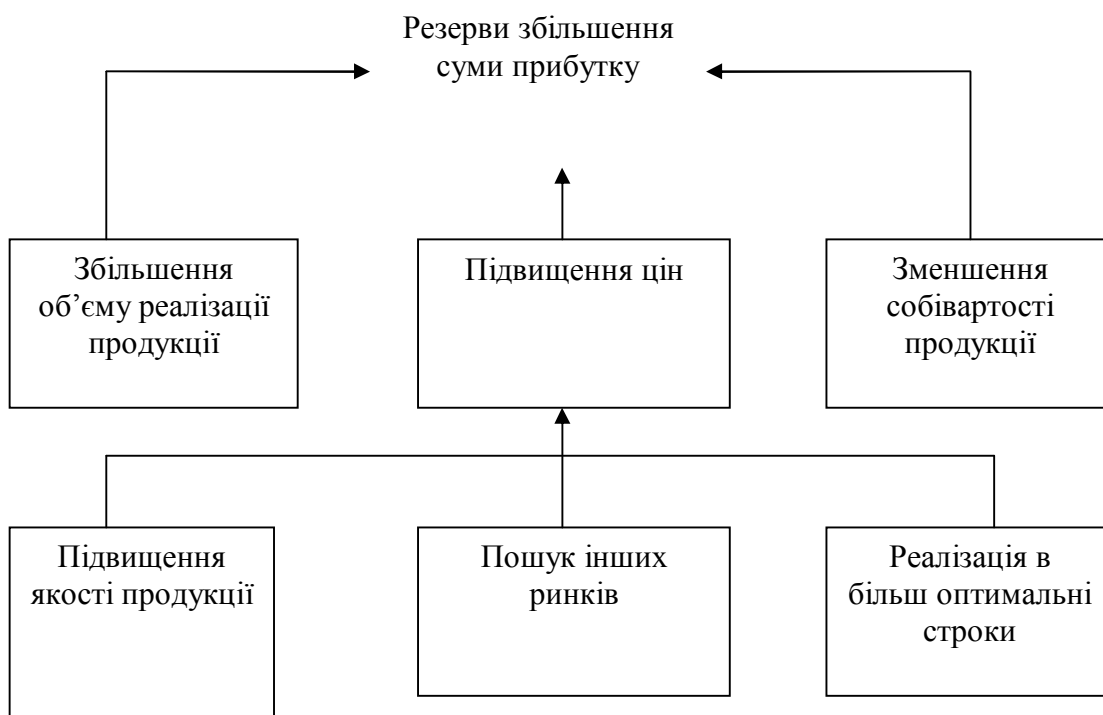


Рисунок 1.1 - Основні напрямки пошуку резервів збільшення прибутку від операційної діяльності.

Так як в ході аналізу підприємства було виявлено, що від 3% до 5% тиражу не купується споживачами, а повертається назад у виробництво. Таким чином, виробництво несе збитки у розмірі 3 – 5% собівартості тиражу. Тобто зменшення тиражу на 3% призведе до зменшення витрат без негативного впливу на якість та асортимент продукції.

В період високих темпів інфляції збільшення прибутку забезпечувалося за рахунок цінового фактора. Стосовно даного підприємства, можна відмітити те, що ринок споживачів продукції ТОВ «Пронто-реклама», різноманітний і сформований. На відміну від конкурентів ціна на газету «Авізо» значно менша і вже довгий час не змінювалась. Тому, якщо підвищити ціну продаж на 0,25 грн., кількість реалізованого тиражу не зміниться, бо все одно ціна на продукцію ТОВ «Пронто-реклама» буде нижча ніж у конкурентів. Тобто свою нішу споживачів підприємство не втратить.

Отже, розглянемо це детальніше на розрахунках.

Тираж складає 379338 екз. в рік, якщо зменшити його на 3% - 367957екз. в рік.

Тобто збільшивши ціну продаж на 0,25 грн., отримаємо зовсім іншу суму від реалізації тиражу.

Реалізація тиражу = $367957 \cdot 1,60 = 588732,57$ грн.

Таблиця 1.1-Аналіз загальної виручки підприємства ТОВ «Пронто-Реклама» після вжитих заходів в 2008р.

Стаття доходів	Сума, грн.	Структура %	Сума, грн.	Структура %
	До 2007 р.		Після 2008 р.	
Реалізація тиражу	512106,3	25%	588732,57	27%
Реалізація реклами	1 569 236,67	75%	1 569 236,67	73%
Разом	2081342,9	100%	2157969,1	100%

З таблиці 1.1 видно, що виручка від реалізації тиражу збільшилась на 76626,27 грн. Тобто загальна виручка зросла на 3,55%. А це свідчить про те, що вжиті заходи не завдають збитків, а навпаки.

Таким чином, зменшивши витрати і збільшивши ціну продаж ми отримаємо підвищення прибутку нашого підприємства.

Витрати значно зменшились, тобто це впливово відобразиться на прибутку. Тож розглянемо основні фінансові результати діяльності підприємства після впровадження таких заходів в таблиці 1.2.

Таблиця 1.2 -Аналіз валового прибутку ТОВ «Пронто-Реклама»

Показник	До 2007	Після 2008	Абсолютне відхилення	Темп зростання %
Доход від реалізації, грн. в т.ч.	2081342,9	2157969,1	76626,2	3,68%
реалізація тиражу	512106,3	588732,57	76626,27	14,96%
реалізація реклами	1569236,67	1569236,67	-	- %
Собівартість продукції, грн.	1 771 886,43	1748768,4	- 23118	- 1,30%
Валовий прибуток, грн.	309456,5	409200,7	99744,2	32,23%

З даних таблиці 1.2 видно, що після впровадження заходів щодо підвищення прибутковості підприємства відбулося збільшення прибутку підприємства в абсолютному виразі на 99744,2 грн. Також той факт, що собівартість продукції зменшилась на 23118 грн., дає змогу вважати, що запропоновані заходи можна повністю реалізувати.

Таблиця 1.3 - Аналіз показників рентабельності ТОВ "Пронто-Реклама" після впровадження заходів

Показник	До 2007	Після 2008	Абсолютне відхилення	Темп зростання %
Рентабельність продажів	17,46%	23,39%	5,93	33,96%

В таблиці 1.3 зафіксований ріст рентабельності продажів рекламної продукції підприємства ТОВ «Пронто-Реклама» в 2008 році після впровадження запропонованих заходів.

Також було проведено порівняння основних техніко-економічних показників до і після упровадження пропонованого комплексного методу, яке показало, що всі показники, включаючи прибуток і рентабельність, з упровадженням запропонованих заходів виростуть.

Висновки

Отже з проведеного аналізу витікає, що запропонований підхід комплексного методу, щодо підвищення прибутковості підприємства дозволяє збільшити виручку від реалізації тиражу та значно зменшити витрат, що призведе до росту загальної виручки і підвищення прибутку підприємства.

Тобто, з'явився новий метод щодо підвищення прибутку на підприємстві.

Звісно, зараз велику увагу приділяють цьому питанню.

Можливо в майбутньому розрахункові і найбільш вигідні методи та методики будуть визначатися на рівні автоматичних, зручних комп'ютерних програм...

Список літератури: 1.Бланк І.А. Управління прибутком. - К.: Ніка-Центр, 1998. – 554 с., 2.Кравченко Л.І. Аналіз господарської діяльності підприємства. Підручник. Мн.: - Вишэйшая школа, 2000. - 280 с., 3.Економіка підприємства: Навчальний посібник. [П.А. Орлов і др.]; Під загальною редакцією П.А. Орлова. - Х.: РІО ХГЕУ, 2000. - 401 с., 4.Фінанси підприємств (організацій): Підручник для вузів / Під ред. проф. Н.В. Колчиной. - 3-е вид., перероб. і доп. - М.: ЮНІТІ-ДАНА, 2006. - 380 с., 5.Бакадоров В.Л., Алексеев П.Д. Фінансово-економічний стан підприємства. Практична допомога. - М.: Видавництво «ПРІОР», 2000. - 450 с., 6.Баканів М. І., Шеремет А. Д. Теорія аналізу господарської діяльності: Підручник. 4-е вид. - М.: Фінанси і статистика, 2000. - 385 с.

Надійшла до редакції 24.11.2008 р.

УДК 658.

М.В. ЛІТВИНЕНКО, доц. каф. ЕіМ, канд.техн.наук, НТУ «ХПІ»

РОЗРОБКА МЕТОДИКИ ОЦІНКИ РОБОТИ ТОРГОВИХ ПЕРЕДСТАВНИКІВ ДИСТРИБУТОРСЬКИХ КОМПАНІЙ

Виявлено основні напрямки підвищення ефективності діяльності кондитерських дистрибуторських компаній. Розроблена методика оцінки та контролю роботи торгових представників дистрибуторських компаній, що адаптована до власних потреб компанії.

The basic directions of increase of activity the confectionery distribution companies are revealed. The technique of estimation and the control of work of sales representatives the distribution companies, adapted to own needs of firm are developed.