

## ФАКТОРЫ ПОВЫШЕНИЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ И УВЕЛИЧЕНИЯ ПРИБЫЛИ В СФЕРЕ ПРОИЗВОДСТВА СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ\*\*\*

Статья посвящена проблемам максимизации прибыли и увеличению показателей рентабельности. Приведены основные факторы, способствующие увеличению прибыли и рентабельности в компании по производству строительных материалов. Рассмотрены основные пути роста прибыли и рентабельности.

*Ключевые слова:* максимизация прибыли, рост рентабельности, предприятие, прибыль, рентабельность, факторы повышения прибыли, строительные материалы, экономика.

Изменения социально-экономического развития государства в период перехода к рыночным отношениям служат причиной качественных структурных сдвигов в сторону роста производства, что является причиной неизменного увеличения денежных накоплений и, в первую очередь, прибыли организаций различных форм собственности.

По мнению О.Н. Пузанкевич, на изменение прибыли оказывают влияние две группы факторов: внутренние и внешние. Внутренние факторы изменения прибыли делятся на основные и неосновные. В группе основных факторов важнейшими являются: валовой доход и доход от продажи товаров (работ, услуг), себестоимость продукции, структура продукции и затрат, величина амортизационных отчислений, цена продукции.

К неосновным факторам можно отнести факторы, которые связаны с нарушением хозяйственной дисциплины, например, ценовые нарушения, нарушения условий труда и требований к качеству товаров, другие нарушения, приводящие к штрафам и экономическим санкциям.

Внешние факторы, влияющие на прибыль организации, характеризуются социально-экономическими условиями, ценами на производственные ресурсы, уровнем развития внешнеэкономических связей, транспортными и природными условиями [1].

На мой взгляд, увеличение объема производства и реализации продукции, внедрение научно-технических разработок, улучшение качества продукции, увеличение производительности труда являются важнейшими факторами увеличения прибыли.

---

\* Хорошайло Дарья Андреевна – магистрант, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: dashenka\_hor@mail.ru.

\*\* Шуплецов Александр Федорович – профессор, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: keppd@mail.ru.

\*\*\* По материалам научно-практической конференции 2017 года «Совершенствование механизма хозяйствования: состояние и проблемы».

Т.В. Шубина считает, что главным источником денежных накоплений организаций является доход от продажи товаров, а конкретно та часть, которая остается за минусом расходов на трудовые, материальные и другие денежные затраты, связанные с производством и реализацией данных товаров. В условиях кардинального изменения управления экономикой показатель дохода от реализации продукции является одним из важнейших показателей деятельности организаций. Этот показатель придает интерес трудовым коллективам не только в увеличении объема выпускаемой продукции, но и в росте объема реализованной продукции. Следовательно, необходимо производить такую продукцию, которая сможет отвечать требованиям потребителей и пользоваться спросом на рынке [3].

Поэтому нужно анализировать рыночные условия хозяйствования и возможности внедрения производимой продукции на рынок путем расширения объемов продаж. Следовательно, показатель дохода от реализации продукции соответствует требованиям коммерческого расчета и, главным образом, способствует развитию производственно-хозяйственной деятельности.

Заинтересованность фирм в производстве и продаже качественной, пользующейся спросом на рынке продукции, влияет на величину прибыли, которая находится в прямой зависимости от объемов продаж этой продукции.

В общем плане в компании по производству строительных материалов, на мой взгляд, эти мероприятия характеризуются:

- повышением выпуска товаров (работ, услуг);
- улучшением качества товаров (работ, услуг);
- продажей ненужного оборудования и другого имущества или сдача его в аренду;
- уменьшением себестоимости товаров (работ, услуг), благодаря наиболее рациональному применению материальных ресурсов, производственных мощностей и площадей, рабочей силы и времени;
- диверсификацией производства;
- расширением рынка сбыта;
- бережливым расходованием экономических ресурсов;
- уменьшением издержек на производство;
- ростом производительности труда;
- ликвидацией непроизводственных расходов и потерь;
- ростом технического уровня производства.

А.Г. Коваленко считает, что прибыль представляет собой важнейший показатель, который указывает на финансовый результат деятельности организации и повышение суммы прибыли вызывает интерес у всех участников производства. Прибыль является показателем экономического эффекта, а не эффективности, поскольку абсолютная сумма прибыли не дает судить об отдаче вложенных инвестиций. Тем не менее, анализ динамики валовой прибыли, темпов ее роста и прироста, факторов, оказывающих влияние на размер прибыли, себестоимости, выручки представляет существенный интерес. Из анализа динамики доли чистой прибыли в валовой прибыли можно достать очень интересную информацию. Увеличение доли чистой прибыли говорит об оптимальном размере

уплачиваемых налогов, заинтересованности предприятия в результатах работы и эффективной деятельности [2].

Я считаю, что роль прибыли в условиях современного рынка очень значительна. Предприятия стремятся ее получить и для этого увеличивают объемы сбыта продукции, которая необходима потребителю, уменьшают издержки производства. Если конкуренция развивается, то этим достигается не только цель предпринимательства, но и удовлетворение общественных потребностей. Вместе с тем, экономическая нестабильность или монопольное положение некоторых фирм искривляют формирование прибыли как чистого дохода, и является причиной стремления к получению доходов, особенно благодаря увеличению цен.

Для того чтобы управлять прибылью, нужно определить механизм ее формирования, влияние и долю каждого фактора ее повышения или уменьшения.

По мнению В.В. Ковалева, на величину прибыли и ее динамику воздействуют экстенсивные и интенсивные факторы. Экстенсивные факторы представляют собой объем производственных ресурсов, их применение по времени и непроизводительное применение ресурсов. Интенсивные факторы отражают эффективность применения ресурсов или содействующих этому повышение квалификации сотрудников, производительности оборудования, внедрение прогрессивных технологий.

Данные факторы оказывают влияние на прибыль через объем реализуемых товаров (работ, услуг) и себестоимость, поэтому для проявления конечного финансового результата нужно соотнести стоимость объема реализуемых товаров (работ, услуг) и стоимость издержек и ресурсов, которые применяются в производстве [4, с. 125].

Прибыль от продажи товаров имеет наибольший удельный вес в структуре валовой прибыли фирмы. Ее размер устанавливается под влиянием таких факторов, как себестоимость, объем реализации продукции и уровень действующих цен. Рассмотрим, как воздействуют факторы на динамику прибыли от реализации строительных материалов, приведенные в табл. 1.

Важнейшим из этих факторов является себестоимость. Себестоимость товаров (работ, услуг) отражает все издержки организации на производство и сбыт продукции, такие как стоимость природных и трудовых ресурсов, сырья, основных и вспомогательных материалов, топлива, энергии, основных производственных фондов и других расходов по эксплуатации.

Удельный вес себестоимости существенно преобладает в составе цены, поэтому она влияет на увеличение прибыли при прочих равных условиях.

Основными путями влияния на величину прибыли являются уменьшение себестоимости и рост выручки.

Основными показателями, влияющими на уменьшение себестоимости, на мой взгляд, являются:

– показатели, которые связаны с увеличением технического уровня производства;

– показатели, влияющие на повышение качества организации труда и управления.

Воздействие разных факторов на динамику прибыли  
от реализации строительных материалов

Наименование фактора	Характеристика воздействия
Объем сбыта товаров (работ, услуг)	Проявляет положительные и отрицательные воздействия на величину прибыли. Повышение объема сбыта рентабельной продукции служит причиной соразмерному росту прибыли. Однако, если при повышении объема сбыта продукции следует снижение величины прибыли, значит продукция не выгодна
Структура товарной продукции (работ, услуг)	Проявляется как в положительных, так и отрицательных воздействиях на величину прибыли. Если доля рентабельных видов продукции растет в общем объеме ее реализации, значит и величина прибыли увеличится. Если же растет доля нерентабельной продукции, то общий размер прибыли снизится
Себестоимость	Себестоимость и прибыль существуют в обратно пропорциональной зависимости
Уровень среднереализационных цен	Изменение уровня среднереализационных цен и размер прибыли существуют в прямо пропорциональной зависимости

Главными задачами анализа себестоимости строительных материалов являются:

- определение динамики важнейших показателей себестоимости;
- установление издержек на один рубль товарной продукции;
- обнаружение резервов уменьшения себестоимости.

Важным фактором, который оказывает влияние на размер прибыли от продажи товаров (работ, услуг) является изменение объема производства и реализации продукции. Снижение объема производства в современных экономических условиях, исключая ряд противодействующих факторов (например, увеличение цен), непременно повлечет за собой снижение суммы прибыли. Поэтому следует необходимость установления обязательных мер по обеспечению увеличения объема производства продукции на базе технического обновления и роста эффективности производства.

Основные факторы, которые оказывают влияние на снижение затрат и увеличение объема, по мнению А.В. Романенко, представлены в табл. 2.

Размер прибыли зависит от объема продажи продукции при прочих равных условиях прямо пропорционально. Поэтому важное значение в рыночных условиях принимает показатель изменения остатков нереализованной продукции. Чем выше этот показатель, тем меньше прибыли получит фирма. Размер нереализованной продукции обусловлен некоторыми причинами, зависящими от текущей рыночной конъюнктуры, производственной и коммерческой деятельности организации и условиями сбыта товаров (работ, услуг). Так как емкость рынка строительных материалов всегда имеет предельную величину, то присутствует риск товарного перенасыщения. Также фирма может произвести продукции больше, чем продать, из-за неэффективной сбытовой политики. Помимо этого, в нереализованных остатках готовой продукции может увеличиться удельный вес наиболее рентабельных товаров, за этим последует суммарное

увеличение этих остатков в стоимостном выражении из расчета неучтенной будущей прибыли. Для того, чтобы повысить величину прибыли, организации необходимо предпринять должные меры по снижению остатков нереализованных товаров в натуральном и денежном выражении [5].

Таблица 2

Основные факторы, влияющие  
на снижение затрат и увеличение объема продаж

Показатели	Факторы	
	Требующие менеджмента	Связанные с возможными резервами
Увеличение объема продаж	Гибкое производство, которое допускает регулярный рост его объема, своевременное обновление выпускаемой продукции, расширение номенклатуры товаров (работ, услуг). Оптимизация цен и ценообразования. Соблюдение заключенных договоров. Обеспечение лучшего качества товаров (работ, услуг). Периодическое переоценивание политики коммерческого кредитования	Захват и изучение новых рынков сбыта. Рациональная деятельность организации по сбыту продукции. Расширение дилерской сети
Снижение затрат предприятия	Получение подходящего уровня производительности труда. Оптимизация переменных издержек организации. Обеспечение подходящей оборачиваемости средств организации, в первую очередь оборотных средств и их источников. Оптимизация постоянных издержек предприятия, таких как общепроизводственные, общехозяйственные и коммерческие издержки. Оптимизация структуры капитала организации, собственного и заемного капитала. Введение управленческого учета, улучшение бюджетной системы	Уменьшение уровня запасов. Ликвидация различных потерь и непроизводительных издержек

На мой взгляд, к главным факторам, способствующим оказывать влияние на рост уровня рентабельности в организациях имеют отношение:

- увеличение объема производства товаров (работ, услуг), уменьшение себестоимости продукции, увеличение суммы прибыли, рациональное применение фондов;
- система ценообразования на оборудование, здания и сооружения и прочие носители основных производственных фондов;
- определение и соблюдение норм запасов материальных ресурсов, готовой продукции и незавершенного производства.

Для того чтобы достичь высокого уровня рентабельности нужно регулярно и постепенно вводить передовые достижения науки и техники, рационально применять трудовые ресурсы и производственные фонды. Способы нахождения рентабельности четко отображают, что уровень рентабельности и его изменение тесно связаны с ценами на строительные товары. Поэтому, объективная система ценообразования служит главным условием установления уровня рента-

бельности, который также может являться причиной изменения уровня цен на товары. Отсюда следует, что продуманные методы определения и планирования рентабельности существуют в тесной взаимосвязи с системой ценообразования. Размер прибыли и уровень рентабельности обусловлены изменением цен на товары (работы, услуги) и их себестоимость.

Для того, чтобы оценить эффективность работы по производству строительных материалов необходимо применять не только показатель прибыли, но и соотносить прибыль и производственные фонды, с помощью которых она сформирована.

Ассортимент выпускаемых строительных материалов способствует изменению величины рентабельности. Если состав ассортимента меняется в направлении увеличения удельного веса товаров с наиболее высокой рентабельностью, то создаются условия для дополнительного прироста прибыли.

По мнению Ковалева В. В., основными путями роста рентабельности являются развитие наиболее доходного производства, рациональное размещение потребителей, увеличение удельного веса специализированного производства, использование современных способов организации производства и труда согласно с условиями научно-технического прогресса, быстрая скорость введения и освоения новой, более прогрессивной техники и технологии, рост производительности труда, уменьшение себестоимости товаров (работ, услуг), повышение качества продукции, усиление экономия ресурсов и увеличение материальной заинтересованности работников в результатах своей работы.

Чем выше рентабельность активов, тем больше прибыльность товаров (работ, услуг), чем больше отдача внеоборотных активов и скорость оборота оборотных активов, тем ниже общие издержки на один рубль продукции и удельные издержки по экономическим категориям. Числовая оценка воздействия некоторых факторов на уровень рентабельности устанавливается по методу цепных подстановок или по интегральному методу оценки факторных воздействий [4, с. 83].

Повышение рентабельности говорит об увеличении эффективности работы организации, росте получаемой прибыли и относительного увеличения доходов на каждый рубль издержек.

Таким образом, для того, чтобы улучшить механизмы формирования и распределения прибыли и увеличения рентабельности необходимо разработать мероприятия, которые могут создать условия для:

- увеличения эффективности применения ресурсов компании;
- улучшения системы управления оборотными средствами;
- снижения ресурсных издержек, которые ведут к уменьшению себестоимости;
- снижения остатков нереализованной продукции;
- ускорения оборачиваемости оборотных средств;
- сокращения издержек на один рубль производимой продукции;
- увеличения прибыли благодаря эффекту масштаба, а не росту цен на товары (работы, услуги);
- улучшение системы управления производством.

Осуществление данных мер позволит увеличить объемы получаемой прибыли, уровень рентабельности и, наконец, послужит росту эффективности работы компании в целом.

### **Список использованной литературы**

1. Пузанкевич О.Н. Анализ финансового состояния предприятия: Основные подходы / О.Н. Пузанкевич // Финансы. Учет. Аудит. – 2006. – № 8. – С. 51–57.
2. Коваленко А.Г. Волшебная таблетка для увеличения прибыли / А.Г. Коваленко // Директор по маркетингу и сбыту. – 2014. – № 7. – С. 36–39.
3. Шубина Т.В. Распределение прибыли в акционерном обществе / Т.В. Шубина // Финансовый менеджмент. – 2006. – № 2. – С. 32–37.
4. Ковалев В.В. Управление денежными потоками, прибылью и рентабельностью : учебно-практ. пособие / В.В. Ковалёв. – М. : Проспект, 2013. – 336 с.
5. Романенко А.В. Пути повышения прибыли / А.В. Романенко // Результат. – 2014. – № 6. – С. 15–23.