

Каждый из отчетов формируется в табличном виде, а также в форме диаграммы или графика [1].

На ОАО «Коминтерн» мы предлагаем внедрить решение «1С:CRM ПРОФ. Модуль для 1С:УТ», которое позволяет организовать эффективную работу отделов продаж, сервисного обслуживания, логистики, маркетинга, аналитической службы, службы качества и других подразделений на всех этапах взаимодействия с клиентами и внутри компании.

Программный продукт 1С:CRM ПРОФ будет устанавливаться в отдел продаж. Рассмотрим затраты связанные с реализацией этого мероприятия. Стоимость программного продукта на 5 рабочих мест составит 1957,2 руб. (в стоимость включена клиентская лицензия). Затраты на обучение 5 работников будут равны 3000 руб. (по 600 руб. на одного человека). Таким образом, общая сумма затрат на внедрение продукта составят 4957,2 руб.

По данным, представленным на официальном сайте компании 1С, благодаря внедрению CRM-системы поставщик лабораторного оборудования «Донау Лаб. Москва» увеличил продажи на 10 %. В результате внедрения программного продукта на ОАО «Коминтерн» будет получен прирост выручки на сумму 2 899 300 руб. ($28\,993\,000 \cdot 0,1$). При рентабельности продаж 8,6 % прибыль от реализации продукции увеличится на 249 339,8 руб. ($2\,899\,300 \text{ руб.} \cdot 0,086$). Срок окупаемости наступит через 0,02 ($4\,957,2/249\,339,8 = 0,02$).

Таким образом, совершенствование сбытовой политики направлено на более полное удовлетворение спроса потребителей и увеличение объема продаж и прибыли предприятия. Эта цель может быть достигнута за счет внедрения программного продукта 1С:CRM ПРОФ, который позволяет автоматизировать процессы закупок, продаж, маркетинга и сервисного обслуживания и подойдет предприятиям малого, среднего и крупного бизнеса, независимо от вида их деятельности. Итогом реализации такого мероприятия будут служить улучшение показателей работы предприятия и повышение его конкурентоспособности.

Литература

1. 1С CRM: описание и обзор возможностей – URL: https://www.1cbit.ru/blog/1s-crm-opisanie-i-obzor-vozmozhnostey/?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F (дата обращения: 22.03.2025).
2. Сбытовая политика. – URL: <https://ya.zerocoder.ru/pgt-sbytovaya-politika/> (дата обращения: 15.03.2025).
3. Теоретические основы формирования сбытовой полит/ – URL: <https://pandia.org/text/79/193/56004.php> (дата обращения: 18.03.2025).

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ПРИБЫЛЬ И РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ: ВНУТРЕННИЕ И ВНЕШНИЕ АСПЕКТЫ

Д. К. Ануфриева

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель И. В. Рачкова

Рассмотрены основные виды прибыли, такие как валовая, операционная и чистая, которые отражают эффективность деятельности предприятия. Также уделено внимание рентабельности, которая, выражаемая через коэффициенты (рентабельность продаж, активов и капитала), позволяет оценить, насколько эффективно используются ресурсы

компаний. Влияние на рентабельность оказывают как внутренние факторы, такие как управление затратами и внедрение технологий, так и внешние, включая экономическую и налоговую политику, конкурентную среду и технологические изменения. Примеры из Беларуси и других стран показывают, как стратегическое управление может как повысить прибыль, так и привести к убыткам при недостаточной адаптации.

Ключевые слова: прибыль, рентабельность, коэффициенты, эффективность, внутренние факторы, внешние факторы, управление затратами, внедрение технологий, экономическая политика, конкурентная среда.

Прибыль – это основной финансовый показатель деятельности предприятия, отражающий разницу между доходами и расходами. Она является ключевым индикатором эффективности бизнеса и может быть представлена в нескольких формах, таких как валовая прибыль (разница между выручкой и себестоимостью), операционная прибыль (прибыль после учета управленческих и коммерческих расходов) и чистая прибыль (прибыль после уплаты налогов и процентов по займам).

Рентабельность характеризует уровень прибыльности предприятия относительно его затрат, активов или капитала. В отличие от абсолютного значения прибыли, рентабельность выражается в процентах и позволяет сравнивать эффективность разных компаний и отраслей.

Прибыль и рентабельность являются основными показателями эффективности хозяйственно-экономической деятельности предприятий, отражающими как объем, так и структуру выручки, а также эффективность использования ресурсов. Эти показатели зависят от множества факторов, включая как внутренние (управление затратами, организация товародвижения, количество и квалификация сотрудников), так и внешние (конкуренция, экономическая политика, условия на рынке). Важно понимать, что влияние отдельных факторов может быть трудно поддающимся количественной оценке, но оно значительно влияет на финансовые результаты предприятия.

Внутренние факторы, такие как ресурсные условия, масштаб хозяйственной деятельности, эффективная организация труда и использование современных технологий, способствуют улучшению прибыльности и рентабельности. В то время как внешние факторы, такие как рынок, конкуренция и экономическая политика, могут ограничивать возможности для роста прибыли. Стратегическое управление, которое учитывает все эти условия, помогает предприятию оптимизировать ресурсы, увеличивать прибыль и снижать риски, связанные с внешними воздействиями.

Рентабельность предприятия во многом определяется внутренними факторами, влияющими на эффективность работы. Одним из ключевых направлений является управление затратами, которое позволяет снизить себестоимость продукции и повысить чистую прибыль. Это может включать автоматизацию процессов, снижение брака и более выгодные условия закупки сырья.

Для оценки рентабельности бизнеса используются различные коэффициенты. Рентабельность продаж (*ROS – Return on Sales*) рассчитывается как отношение чистой прибыли к выручке и показывает, какая часть выручки остается в виде прибыли после всех расходов. Рентабельность активов (*ROA – Return on Assets*) определяет, насколько эффективно предприятие использует активы для получения прибыли, причем более высокий показатель свидетельствует о лучшем использовании имущества компании. Рентабельность собственного капитала (*ROE – Return on Equity*) показывает, насколько эффективно компания использует средства инвесторов, высокий показатель свидетельствует о доходности для акционеров. Нагляднее можно увидеть в табл. 1.

Таблица 1

Основные коэффициенты рентабельности

Показатель	Формула	Экономический смысл
Рентабельность продаж	$ROS = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Выручка}} 100 \%$	Доля прибыли в выручке
Рентабельность активов	$ROA = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Средняя стоимость активов}} 100$	Эффективность использования активов
Рентабельность капитала	$ROE = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Собственный капитал}} 100$	Доходность вложенного капитала

Современные технологии и цифровые решения также оказывают значительное влияние на показатели бизнеса. Внедрение систем управления ресурсами, использование больших данных и автоматизированных аналитических инструментов помогают оптимизировать процессы и повысить производительность труда.

Не менее важную роль играют управленческие решения, стратегическое планирование и маркетинговые стратегии. Компании, активно изучающие потребности рынка и выстраивающие эффективные каналы продаж, достигают более высокой рентабельности за счет роста выручки и оптимального позиционирования продукции. Все эти факторы отображены в табл. 2.

Таблица 2

Внутренние факторы, оказывающие влияние на рентабельность

Фактор	Результат	Применение в бизнесе
Снижение издержек	Увеличение чистой прибыли	Оптимизация логистики, контроль затрат
Внедрение технологий	Рост производительности	Использование цифровых систем и автоматизации
Эффективный маркетинг	Расширение рынка сбыта	Программы лояльности, рекламные кампании

Внешние факторы, такие как экономическая и налоговая политика, конкурентная среда, потребительский спрос, регулирование и технологические изменения, играют важную роль в развитии экономики и бизнеса. Экономическая и налоговая политика государства оказывает влияние на бизнес, формируя условия для инвестиционной активности. Элементы налоговой системы, такие как ставки налогов, налоговые льготы и налоговые стимулы, могут изменять экономическое поведение компаний. Правительственные решения, направленные на стабилизацию экономики, влияют на курс национальной валюты, уровень инфляции и доступность кредитных ресурсов, что напрямую сказывается на финансовом положении предприятий.

Конкурентная среда и потребительский спрос являются важнейшими факторами, определяющими успех продукции на рынке. Конкуренция способствует совершенствованию товаров и услуг, а также оптимизации производственных процессов.

Государственное регулирование и технологические изменения также имеют важное значение. Регулирование включает законодательные меры, направленные на защиту прав потребителей, экологии и безопасности, которые могут влиять на деятельность компаний. Технологические изменения способствуют появлению новых производственных процессов и инновационных продуктов, что повышает эффективность бизнеса.

Анализ статистики и примеры успешных и убыточных компаний позволяют сделать выводы о том, как различные факторы, такие как экономическая политика, налоговая система, конкурентная среда и технологические изменения, влияют на прибыльность отраслей.

В Беларуси успешными можно назвать такие компании, как «БелАЗ», «МТЗ» и «Интеграл». Эти компании продемонстрировали хорошие результаты, несмотря на сложные экономические условия, благодаря внедрению технологий и оптимизации процессов. Однако их прибыльность ограничена спросом и зависимостью от внешних рынков. В отличие от этого, такие компании, как *Amazon* и *Microsoft* в США, продемонстрировали гораздо более высокие прибыли, благодаря диверсификации бизнеса, постоянным инвестициям в исследования и разработки.

В Беларуси примеры убыточных компаний часто связаны с недостаточной адаптацией к внешним экономическим условиям и технологическим изменениям. Примером может служить «Беларуськалий», которая столкнулась с проблемами в результате глобальных колебаний цен на калийные удобрения, что снизило прибыльность компании. На международной арене такие компании, как *Kodak* в США, или *Blockbuster*, также столкнулись с убыточностью, не успев вовремя адаптироваться к изменениям в потребительских предпочтениях и технологиях. *Kodak* не смог успешно адаптироваться к цифровой фотографии, а *Blockbuster* проиграл конкурентам, таким как *Netflix*, за счет отсутствия диверсификации в онлайн-услугах.

Таким образом, эффективность деятельности предприятия зависит от множества факторов, как внутренних, так и внешних. Внутренние факторы, такие как управление затратами и внедрение технологий, играют важную роль в повышении рентабельности и прибыли организации, позволяя оптимизировать процессы и снизить себестоимость. Внешние факторы, включая экономическую и налоговую политику, конкурентную среду и технологические изменения, также оказывают значительное влияние на финансовые результаты компании.

Л и т е р а т у р а

1. Белорусский статистический ежегодник. – Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2024.
2. Национальный отчет о состоянии экономики Республики Беларусь. – Минск : М-во экономики Респ. Беларусь, 2024.
3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь (Белстат). «Статистика прибыли и рентабельности предприятий Республики Беларусь». – URL: <https://www.belstat.gov.by> (дата обращения: 14.03.2025).
4. Влияние экономической политики на рентабельность бизнеса в Беларуси // Белорусский экономический журнал. – URL: <https://www.bejournal.by> (дата обращения: 14.03.2025).