

НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Е. С. Новиков, магистрант III курса направления «Менеджмент» Саранского кооперативного института (филиала) автономной некоммерческой образовательной организации высшего образования Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»

Научный руководитель: **Л. М. Лохтина**, кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой менеджмента и торгового дела Саранского кооперативного института (филиала) автономной некоммерческой образовательной организации высшего образования Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»

Рассматриваются проблемы повышения финансовых результатов коммерческой организации.

Ключевые слова: финансовые результаты, резервы повышения.

В современных условиях коммерческие организации ставят основной целью своего существования на рынке максимизацию положительных финансовых результатов, так как только это может обеспечить долгосрочное их существование на рынках сбыта. Резервы повышения финансовых результатов - это показатели, характеризующие возможность их роста за счет увеличения объема сбыта, снижения расходов, недопущения внереализационных убытков, оптимизация ассортимента предлагаемых товаров и услуг (рисунок 1).

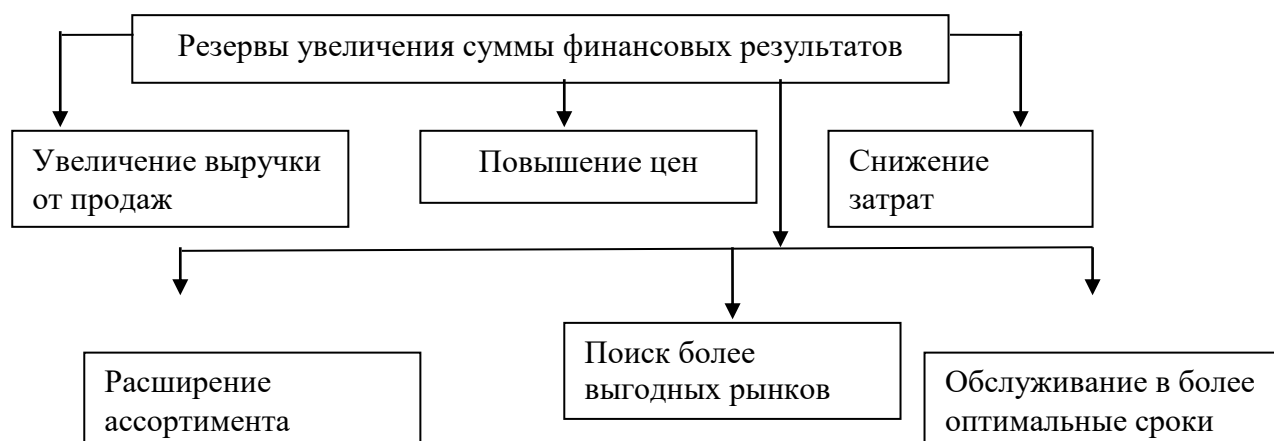


Рисунок 1 – Блок – схема источников резервов увеличения финансовых результатов

Стратегия повышения финансовых результатов должна основываться на комплексном подходе, то есть формировать тесные взаимосвязи между ростом выручки от продаж, оптимизации расходов и улучшения обслуживания клиентов.

Так, основные резервы роста финансовых результатов в целом и прибыли в частности заключаются в оптимизации товарных запасов, а именно:

1. Объем поступления товарных ресурсов на предприятие может быть запланирован только на основе оценки спроса на них, что обеспечит, с одной стороны, непрерывность торговых операций, а с другой стороны, позволит избежать недостаток товаров в обороте и повысить объем продаж.

2. При планировании ассортимента необходимо изымать из оборота те товары, которые не приносят необходимый уровень прибыли, а денежные средства вкладывать в прибыльные товары.

3. Необходимо постоянно проводить мониторинг спроса с целью выявления и уценки тех товарных категорий, на которые существенно снижается спрос для разработки мероприятий по его повышению и для сокращения издержек по их обслуживанию.

В практике работы коммерческой организации указанные рекомендации можно реализовать путем:

- оптимизации планирования ассортимента товаров и услуг;
- оптимизации системы планирования распределения товаров (услуг) между клиентами. Одной из первостепенных задач по повышению прибыли является оптимизация сбыта, так как невозможно постоянно увеличивать объем продаж только за счет количества предлагаемых товаров и услуг, или повышения цены на них. Необходимо изыскивать новые способы воздействия на клиентов за счет построения оптимальной системы распределения.

Еще одним направлением повышения выручки от продаж коммерческой организации в целом и прибыли в частности является оптимизация работы

отделов снабжения и сбыта. Не всегда сотрудники отделов сбыта и снабжения работают эффективно, что отрицательно воздействует как на объем продаж, так и на прибыль предприятия. Избежать подобных ситуаций помогут мероприятия по планирования закупок и продаж, а именно: на предприятии необходимо постоянно разрабатывать бизнес планы как по снабжению предприятия ресурсами, так и по реализации продукции и услуг с помощью инновационных методов: математические модели оптимизации, методы линейного программирования транспортные модели и др.

В настоящее время эффективность работы коммерческих организаций во многом зависит от менеджеров, занимающихся закупкой и продажей, а именно от качества работы по снабжению организации ресурсами и обслуживанию клиентов.

Обслуживание клиентов можно назвать качественным только при наличии двух реализованных компонентов:

- предлагаемые предприятием товары и услуги должны соответствовать по своему ассортименту, количеству и качеству требованиям клиентов.

- культура обслуживания клиентов должна быть обеспечена на максимально высоком уровне. Второй компонент состоит из двух элементов:

- а) в процессе совершения покупки (заказа) должны быть обеспечены определенные удобства для клиентов а именно клиенту незамедлительно должны представить необходимую информацию, клиент может предварительно заказать товар (услугу) и дополнительные услуги, он должен видеть весь ассортимент товаров (услуг) и др.;

- б) коммерческая организация должна иметь грамотный, коммуникабельный и высокопрофессиональный обслуживающий персонал.

Для того, чтобы сотрудники коммерческой организации в максимальной степени стремились повышать производительность труда, стремились использовать новые методы и технологии ведения деятельности, грамотно формировать ассортимент товаров (услуг) и планировать экономические показатели и повышать качество клиентского обслуживания с целью

максимизации прибыли, необходимо разработать эффективную систему материального и морального стимулирования труда.

Производительность труда определяется не только физическими способностями менеджеров организации выполнять определенные функции, но и его творческими и креативными подходами к своей работе, умением использовать методы психологического воздействия на поведение клиентов даже при неизменности ассортимента.

Оценка результатов вклада работников в процесс обеспечения необходимого объема прибыли должна основываться на количестве реализованных услуг, или числа обслуженных клиентов с учетом норм времени на реализацию одной единицы товара или обслуживания одного клиента. Согласно этой концепции производительность труда измеряется путем сопоставления норматива трудовых затрат, выраженных в нормо-часах, с фактическими затратами времени.

Кроме того, в качестве рекомендаций по увеличению финансовых результатов коммерческой организации можно предложить:

- проводить систематические исследования спроса и предложения на рынке с целью оптимизации структуры выручки от продаж;
- внедрить систему управленческого учета затрат и, в особенности коммерческих расходов;
- разработать эффективную и гибкую ценовую политику, которая будет формироваться и меняться в зависимости от спроса клиентов;
- разработать коммуникационную политику, проводить рекламные мероприятия для привлечения клиентов;
- осуществлять систематический контроль за работой оборудования и работников предприятия, производить своевременную оплату труда;
- при вводе в эксплуатацию нового оборудования уделять достаточное внимание обучению и подготовке кадров, повышению их квалификации для эффективного использования оборудования и недопущения его поломки из-за низкой квалификации обслуживающего персонала;

Обобщив вышеизложенный материал, необходимо отметить, что любая коммерческая организация может и должна максимизировать свои финансовые результаты. Это основной показатель успешности в бизнесе, способ повышения имиджа среди клиентов, а также стимул для развития. Увеличение финансовых результатов способствует повышению финансовой устойчивости организации, что немаловажно при обострении конкуренции на потребительском рынке, и является объективным условием выживания и развития на рынке постоянно меняющихся условий и предложений.