

СЕКЦИЯ 6
СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ
БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА, АНАЛИЗА И АУДИТА

ОСНОВНЫЕ ПУТИ УВЕЛИЧЕНИЯ ПРИБЫЛИ
(НА ПРИМЕРЕ ОАО «ОСТАШКОВИЧИ»)

Ахметова Елена Николаевна, 4 курс

Научный руководитель: Баркун Г.В., ст. преподаватель

УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»

Тема повышения прибыли в настоящее время весьма актуальна. Стремление к ее получению ориентирует товаропроизводителей на увеличение объема производства продукции, нужной потребителю, снижение затрат на производство.

Поиск резервов увеличения прибыли и рентабельности является одной из основных задач в любой сфере бизнеса, большая роль в выявлении которых отводится экономическому анализу.

Основные задачи анализа:

- систематический контроль формирования финансовых результатов;
- определение влияния как объективных, так и субъективных факторов на финансовые результаты;
- выявление резервов увеличения суммы прибыли и уровня рентабельности, прогнозирование их величины;
- оценка работы организации по использованию возможностей увеличения прибыли и рентабельности;
- разработка рекомендаций по освоению выявленных резервов увеличения прибыли.

Анализ прибыли и рентабельности проведен с использованием фактических данных ОАО «Осташковичи».

ОАО «Осташковичи» специализируется на производстве продукции животноводства – это молоко и мясо, которые в структуре реализации составляют до 95%, и производстве зерна, картофеля и кормов для отрасли животноводства.

По результатам анализа основными источниками резервов роста прибыли являются:

- увеличение объема реализации продукции;
- снижение продукции себестоимости;
- повышение качества товарной продукции;
- реализация продукции на более выгодных рынках сбыта и др.

Основными источниками резервов повышения уровня рентабельности продукции являются увеличение суммы прибыли от реализации продукции и снижение ее себестоимости.

Для увеличения прибыли основным направлением следует определить снижение себестоимости продукции.

За счет снижения затрат на приобретение кормов на 5 % и за счет экономии энергоносителей на 2 % можно увеличить прибыль предприятия на 167 млн рублей.

АНАЛИЗ ВЫРУЧКИ И ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Болгова Екатерина Павловна, 4 курс

*Научный руководитель: Жмакина Н.Д., к.э.н., доцент
ФГБОУ ВПО «Курская государственная сельскохозяйственная академия
имени профессора И.И. Иванова»*

В условиях нестабильной экономики финансовое положение сельскохозяйственной организации зависит от объема полученной выручки, которая в первую очередь отражает выбранную стратегию предприятия. Существенное влияние на финансовое положение предприятия оказывает цена. Ценообразование на предприятии должно отражать не только организационно-технические условия производства сельскохозяйственной продукции, но и влияние изменения спроса и ее себестоимости.

На величину выручки от реализации продукции влияют многие факторы, как зависящие, так и не зависящие от деятельности предприятия. Зависящими от предприятия являются: объем, ассортимент, качество и конкурентоспособность производимой продукции и уровень цен. При формировании выручки от реализации продукции цена выполняет несколько функций: учетную, стимулирующую, распределительную и регулирующую. Реализация этих функций ограничена из-за неразвитости рынка, наличия монополизма во многих сферах производства и сбыта сельскохозяйственной продукции.

Целью исследования послужил анализ выручки и влияния цены на финансовый результат деятельности предприятия.

Объектом исследования явился производственный сельскохозяйственный кооператив (ПСХК) «Новая жизнь» Беловского района Курской области. Кооператив имеет зерно-молочное направление специализации.

Цена представляет собой денежное выражение стоимости и потребительской стоимости продукции, поэтому она не только отражает внутренние и внешние факторы производства, но влияет на них. Анализируя динамику цен в кооперативе на основные виды производимой продукции можно отметить, что в 2013 году по сравнению с 2011 годом средние цены на зерно сократились на 8,95 %, хотя индекс цен в сравнении с 2012 годом составил 120,3 %. Динамика роста цен на зерно в предыдущие годы привела к изменению в структуре производства и реализации продукции. Так, в 2013 году в сравне-