

Список литературы:

1. Калиева О.М., Понятие экономической эффективности коммерческой деятельности / О.М. Калиева, М.С. Разумова, М.И. Дергунова, М.С. Говорова // Инновационная экономика: материалы международной научной конференции (г. Казань, октябрь 2014 г.). – Казань: Бук, 2014. – С. 99-103.
2. Маклаков Г.В. Цель и результат коммерческой деятельности // Социально-экономические и культурные проблемы современной России. – 2011. – Ч. 2. – С. 76-84.
3. Маклаков Г.В. Эффективность коммерческой деятельности: результаты исследования // Сибирская финансовая школа. – 2015. – №6 (113). – С. 30-34.
4. Малявкина Л.И., Карпычева Е.Ю., Савина А.Г. Системный подход и моделирование в управлении оборотными средствами // Вестник ОрелГИЭТ. – 2014. – № 2(28). – С.76-85.
5. Николаева Т.И. Системная оценка эффективности коммерческой деятельности торговых организаций // Маркетинг в России и за рубежом. – 2000. – № 4. – С.17.
6. Оценка эффективности коммерческой деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://works.doklad.ru/view/oNPon1pSjg4.html>.
7. Савина А.Г., Мандрик А.А. Основные методы описания и оценки и управления рисками // Научные исследования: от теории к практике. – 2015. – Т.2. – №2(3). – С.311-313.
8. Соболева Ю.П. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие / Ю.П. Соболева. – Орел: ОрелГИЭТ, 2010. – 136 с.
9. Соболева Ю.П. Особенности организации финансов на предприятиях малого бизнеса / Ю.П. Соболева // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2013. – № 9 (107). – С. 61-66.
10. Соболева Ю.П., Полякова Т.В. Обзор методов оценки рисков предпринимательской деятельности / Ю.П. Соболева, Т.В. Полякова // Таврический научный обозреватель. – 2015. – № 3-1. – С. 33-37.
11. Lygina N., Rudakova O., Soboleva Y. Investment attraction of Russian regions in the beginning of XXI century // Procedia Economics and Finance. – 2015. – № 24. – С. 363.

УДК 657.372.12

Белоусова Т.Н., Бакуров Д.А., Сидорова О.Н.

**ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ КАК ВАЖНЕЙШИЙ КОМПОНЕНТ ФИНАНСОВЫХ
РЕЗУЛЬТАТОВ ФИРМЫ**

*Белоусова Татьяна Николаевна**, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, Россия, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: tatjana.belou2012@yandex.ru

*Бакуров Дмитрий Александрович**, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, Россия, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: kaf_ec_pred@ogiet.ru

*Сидорова Ольга Николаевна**, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, Россия, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: kaf_ec_pred@ogiet.ru

Хозяйственная деятельность коммерческой организации, в первую очередь, направлена на получение положительного финансового результата, за счет которого формируется необходимая для развития компании ресурсная база. Индикаторами успешной финансовой деятельности служат такие показатели как чистая прибыль, рентабельность, дивиденды, коэффициенты ликвидности, плате-

** Научный руководитель: Арманишина Гульнара Рамильевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики предприятий, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, Россия, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: gulnararm@mail.ru*

жеспособности и финансовой устойчивости, и эти же критерии определяют инвестиционную привлекательность компании. Другими словами, финансовое состояние фирмы, по сути, является экономической категорией, отражающей состояние капитала и финансовые результаты от его использования, которые напрямую зависят от чистой прибыли.

Ключевые слова: финансовый результат, чистая прибыль, прибыль от продаж, доходы и расходы.

Понятие «финансовый результат» широко используется в бухгалтерском, налоговом учете, комплексном экономическом анализе хозяйственной деятельности, финансовом и инвестиционном анализе, а также финансовом менеджменте. Показатели финансовых результатов фирмы отражают абсолютный экономический эффект хозяйствования. Чистая прибыль является одним из ключевых показателей, позволяющих оценить конечный результат финансовой деятельности фирмы.

Чистая прибыль – это итоговая разница между доходами и расходами, связанными с осуществлением всех видов коммерческих операций компании, которая остается в распоряжении фирмы после уплаты налогов, источником выплаты которых служат финансовые результаты, и используется фирмой по своему усмотрению, без каких-либо регламентаций [2]. Данный показатель имеет особое значение для фирмы, так как именно за счет полученной предприятием чистой прибыли выплачиваются дивиденды, осуществляется финансирование различных коммерческих и социальных проектов, образуются резервные и другие фонды.

Таким образом, чистая прибыль является одной из важнейших экономических категорий и главной целью хозяйственной деятельности любой фирмы. Она отображает чистый доход, который сформирован в процессе материального производства. Прибыль отражает экономический эффект работы фирмы, является фактором стимулирования экономического роста, так как она не только позволяет оценить результат работы, но и служит источником формирования (расширения) финансовых ресурсов фирмы. В связи с этим любая коммерческая организация всегда стремится к увеличению прибыли, чтобы обеспечить условия для расширения рынка, технического и социального развития. Главными резервами увеличения прибыли являются рост объемов производства и реализации продукции, а также сокращение себестоимости изготавливаемых товаров и оказываемых услуг. Интенсификация производства, в свою очередь, подразумевает рост прибыли благодаря мобилизации потенциальных (неиспользуемых) возможностей оптимизации хозяйственных процессов и скрытых резервов.

Перед тем, как перейти к рассмотрению проблемы управления чистой прибылью, рассмотрим динамику показателей, определяющих формирование финансовых результатов на примере ресторана «Алтын-Бай» ООО «Воскресенский» (табл. 1.)

Представленные в таблице 1 данные позволяют сделать вывод, что за время своего существования ресторан «Алтын-Бай» сумел создать себе неплохой имидж, привлечь большое количество посетителей, многие из которых стали постоянными клиентами. В результате, несмотря на неблагоприятную рыночную конъюнктуру и высокий уровень конкуренции в данном сегменте рынка, предприятие активно развивалось, о чем свидетельствует значительное увеличение доходов от реализации продукции и рост чистой прибыли в 5 раз за последние три года. Неустойчивость динамики относительных показателей финансово-хозяйственной деятельности отчасти связана с вынужденной приостановкой работы ресторана на 2 месяца в 2014 году для замены старого оборудования на новое и более современное.

В целом сложившуюся на предприятии ситуацию можно оценить, как позитивную, так как тенденция роста основных факторных показателей, определяющих размер чистой прибыли компании является основополагающей, поскольку она отражает результаты главного направления деятельности предприятия – изготовления и реализации продукции (оказания услуг). Именно этот вид деятельности чаще всего становится целью создания субъекта хозяйствования [1].

Таблица 1 – Формирование чистой прибыли ресторана «Алтын-Бай» ООО «Воскресенский» в 2013-2015гг.

Наименование показателя	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Отклонение (+,-)		Темп изменения, %	
				2014 г. к 2013 г.	2015 г. к 2014 г.	2014 г. к 2013 г.	2015 г. к 2014 г.
1.Товарооборот, тыс. руб.	56927	134581	165989	77654	31408	236,41	123,34
2.Выручка-нетто от реализации, тыс. руб.	49160	115520	141750	66360	26230	234,99	122,71
3.Себестоимость проданных товаров, продукции, услуг, тыс. руб.	23040	70550	51280	47510	-19270	306,21	72,69
4.Валовая прибыль, тыс. руб.	26120	44970	90470	18850	45500	172,17	201,18
уровень в % к обороту	45,88	33,41	54,50	-12,47	21,09	72,83	163,11
5.Коммерческие расходы, тыс. руб.	14330	28400	29400	14070	1000	198,19	103,52
уровень в % к обороту	25,17	21,10	17,71	-4,07	-3,39	83,83	83,93
7.Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб.	11790	16570	61070	4780	44500	140,54	368,56
уровень в % к обороту	20,71	12,31	36,79	-8,4	24,48	59,45	298,82
14.Налог на прибыль, тыс. руб.	2358	3314	12214	956	8900	140,54	368,56
15.Чистая прибыль, тыс. руб.	9432	13256	48856	3824	35600	140,54	365,56
уровень в % к обороту	16,57	9,84	29,43	-6,73	19,59	59,38	299,09

Финансовые аспекты деятельности предприятия имеют важное значение для обеспечения его инновационной активности. Способность предприятия успешно функционировать и развиваться свидетельствует о его устойчивом финансовом состоянии. Основная проблема, связанная с инновационным развитием, чаще всего состоит именно в обеспечении финансирования инновационных преобразований. Поэтому устойчивое финансовое состояние предприятия является важнейшим условием реализации эффективной инновационной деятельности.

Руководство ООО «Воскресенский» отводит особое внимание инновационной политике. Очень часто домашние рецепты или популярность реализуемых в ресторане готовых (покупных) продуктов дают начало запуску в производство новых блюд. К примеру, ранее в меню ресторана посетители могли выбрать в качестве десерта готовый пудинг от торговой марки «Эрмигут». Проведенные исследования показали, что ресторану «Алтын-Бай» будет выгоднее производить пудинг самостоятельно. Шеф-повар сможет удивить посетителей изысканным вкусом и ароматом данного десерта, а также его можно будет включить в бизнес-ланч, что принесет дополнительную прибыль ресторану.

Продукция собственного производства ООО «Воскресенский» достаточно сильно отличается от продукции конкурентов. Персонал ресторана «Алтын-Бай», сохраняя традиционные технологии приготовления и рецептуру блюд узбекской кухни, активно внедряет в меню современные блюда, способные удовлетворить любой, даже самый изысканный вкус потребителя и укрепить конкурентоспособность предприятия. Кроме того, ресторан делает ставку на натуральность и экологичность всех ингредиентов, тщательное соблюдение требований ГОСТов и ТУ, поэтому реализуемая продукция остается не только вкусной, но также здоровой и полезной.

К дополнительным эффектам можно отнести гибкость сбытовой системы компании, нацеленной на приспособление производства к нуждам индивидуальных потребителей. Узкая специализация предприятия позволяет сконцентрировать производство на повышении качества продукта и постоянное совершенствование в этой области.

Основная задача ценовой политики ресторана «Алтын-Бай» – обеспечить получение максимальной прибыли, но с тем расчётом, чтобы цена товара оставалась приемлемой для потребителя.

Таблица 2 – Сравнительная оценка цен на продукцию конкурентов

Наименование продукции конкурентов	Вид продукта, цена
«Эрмигурт»	Пудинг 100гр цена 20 руб.
«Нежный»	Пудинг 100гр цена 18 руб.
«Чудо»	Пудинг 100гр. 18 руб.

Весь представленный ассортимент сопоставим по качеству с продукцией планируемой к запуску в производство на предприятии, поэтому, исходя из сложившегося на рынке уровня цен, производственной себестоимости и ставок НДС рекомендуется установить следующие цены:

- Фламбе с карамелью «классический» – 30 руб.
- Фламбе с карамелью «шоколад» – 20 руб.
- Фламбе с карамелью «фундук» – 25 руб.

В среднем бизнес-ланч в ресторане «Алтын-Бай» покупают 100-120 человек в день. Если в бизнес-ланч включить десерты Фламбе, то в день ресторан сможет получить дополнительный доход от их реализации – 3000 рублей. Годовой прирост доходов от реализации составит более 1 млн. руб., в результате чего чистая прибыль вырастет на 300 тыс. руб.

Таким образом, результаты любых оптимизационных мероприятий, проводимых на предприятии непосредственно отражаются на финансовых результатах, способствуя увеличению получаемой прибыли и создавая необходимую ресурсную базу для разработки и внедрения инновационных продуктов в будущем.

Список литературы:

1. Агарков А.П. Экономика и управление на предприятии: учебник / А.П. Агарков, Р.С. Голов, В.Ю. Теплышев и др.; под ред. д.э.н., проф. А.П. Агаркова. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. – 400 с.
2. Баскакова О.В. Экономика предприятия (организации): учебник / О.В. Баскакова, Л.Ф. Сейко. – М.: Дашков и К, 2013. – 372 с.
3. Бурмистрова Л.М. Финансы организаций (предприятий): учебное пособие. – 2-е изд. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 240 с.
4. Воронкова И.Е. Инновационные подходы в территориальном брендинге // Вестник ОрелГИЭТ. – 2015. – № 2 (32). – С. 139-141.
5. Егорова Т.Н., Шманев С.В. Предпринимательская деятельность и связанные с ней риски (системно-синергетический подход) // Вестник ОрелГИЭТ. – 2012. – № 2 (20). – С. 8-16.
6. Запольский А.Ю., Гельдыев Б.Г. Учетно-аналитический процесс оценки финансовых результатов деятельности организации // Вопросы конвергенции социально-гуманитарных и естественно-технических наук: сборник научных трудов / под ред. Ю.П. Соболевой. – Орёл: Изд-во ОрелГИЭТ, 2016. – 384 с. – (Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки, ISSN 2500-2279; вып. 3). – С. 27–31.
7. Ильминская С.А. Оценка стоимости предприятия в системе финансового менеджмента предприятия // Финансовый менеджмент. – 2009. – № 1. – С. 84-92.
8. Комплексный экономический анализ предприятия / Под ред. Н.В. Войтоловского, А.П. Калининой. – СПб.: Питер, 2015. – 256 с.

9. Крылова А.В. Реинжиниринг бизнес-процессов как инструмент повышения инвестиционной привлекательности предприятий // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2013. – № 2 (8). – С. 268-276.
10. Особенности развития предприятий в условиях эволюционной экономики / Под общ. ред. С.В. Шманева. – Орел: ООО «Картуш», 2012. – 194 с.
11. Паршутин И.Г., Самородова Е.М. Инновационное развитие как причина и следствие накопления капитала в условиях олигополистической конкуренции // Вестник ОрелГИЭТ. – 2015. – № 2 (32). – С. 19-23.
12. Полякова Т.В. Механизмы развития малого и среднего предпринимательства в России и Орловской области // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки: материалы международной научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов (Орел, 28 октября 2015 г.) / под ред. Ю.П. Соболевой. – Орёл: Изд-во ОрелГИЭТ, 2015. – 332 с. – (Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки, вып. 1). – С. 267–273.
13. Проблемы модернизации и инноваций в российской экономике: монография / под ред. Шманева С.В., Голоктионовой Ю.Г. – Орел: ООО «Картуш», 2013. – 212 с.
14. Симонова Е.В. Формирование системы мониторинга рисков в малом бизнесе // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. – 2014. – №4. – С. 66-69.
15. Сотникова Е.А., Лебедева О.А. Коммуникации и логистика в сфере услуг // Актуальные аспекты фундаментальных и прикладных исследований: сборник научных трудов / под общ. ред. И.Г. Паршутин. – Орёл: Изд-во ОрелГИЭТ, 2016. – 356 с. – (Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования, вып. 2). – С. 321–325.
16. Lisichkina N.V., Goloktionova Yu.G. Problems and prospects of retail trade development in small towns // Humanities and Social Sciences in Europe: Achievements and Perspectives, 3rd International symposium, 2014. – С. 189-192.

УДК 331.101.3:359.432

Куприн А.А.

ОСОБЕННОСТИ МОТИВАЦИИ ТРУДА МУНИЦИПАЛЬНЫХ СЛУЖАЩИХ

Куприн Александр Александрович*, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, Россия, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: allar9372@mail.ru

Управление персоналом включает в себя несколько составляющих. К ним можно отнести кадровую политику, взаимоотношения в коллективе, социально-психологические аспекты управления. Однако центральное место занимает исследование факторов роста производительности труда, путей роста творческой инициативы, а также стимулирование и мотивация работников. Ни одна система управления не станет эффективно функционировать, если не будет разработана эффективная модель мотивации, так как мотивация побуждает конкретного индивида и коллектив в целом к достижению личных и коллективных целей.

Ключевые слова: мотивация, трудовая деятельность, муниципальные служащие, заработная плата, бюджетная организация.

Движущей силой в нашей жизни является мотивация. Именно она помогает человеку

* **Научный руководитель:** **Алехина Лариса Леонидовна**, кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; Россия, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: allar9372@mail.ru