

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ПЛАНИРОВАНИЮ ПРИБЫЛИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Е. В. Лаханская

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

Научный руководитель Л. М. Лапицкая

Важнейшая роль прибыли как в сфере микроэкономики, так и в рамках макроэкономики, означает необходимость выработки особого подхода к ее управлению.

Для формирования цивилизованных рыночных отношений характерно влияние таких факторов, как жесткая конкурентная борьба, технологические изменения, необходимость повышения инвестиционной привлекательности, компьютеризация обработки экономической информации, непрерывное изменение в налоговом законодательстве, изменяющиеся процентные ставки и курсы валют, инфляция. В этих условиях перед руководителем предприятия встает множество вопросов, важнейшим из которых является определение величины ожидаемой прибыли, т. е. ее планового значения. От того, насколько достоверно определена плановая прибыль, будет зависеть успешная финансово-хозяйственная деятельность предприятия.

В процессе планирования прибыли на современных белорусских предприятиях особое внимание уделяется прибыли от основной деятельности, отражаемой в показателе прибыль от реализации.

Прогнозирование прибыли хозяйственной организации относится к наиболее сложным и недостаточно изученным проблемам финансового планирования. На величину прибыли воздействует множество разнонаправленных факторов, что затрудняет прогнозирование прибыли на основе наблюдения за ее динамикой в прошлые периоды.

На практике возможно применение различных методик прогнозирования (планирования) прибыли, которые можно классифицировать по трем группам[1]:

1. Традиционные методы.
2. Методы маржинального анализа.
3. Экономико-математические методы.

К традиционным обычно относят методы:

- Прямого ассортиментного расчета.

Наиболее распространен, применяется, как правило, при небольшом ассортименте выпускаемой продукции. Сущность его заключается в том, что прибыль ис-

числяется как разница между выручкой от реализации продукции в соответствующих ценах и полной ее себестоимостью за вычетом НДС, акцизов и налога с продаж. Расчету прибыли предшествует определение выпуска сравнимой и несравнимой товарной продукции в плановом году по полной себестоимости и в ценах, а также остатков готовой продукции на складе и товаров отгруженных на начало и конец планового года.

Метод прямого счета можно разделить на два способа планирования:

– укрупненный метод планирования прибыли. Важнейшая особенность заключается в том, что такие компоненты, как себестоимость и отпускная цена, остаются неизменными, а изменяется объем произведенной продукции в натуральном выражении. Применим на предприятиях с незначительной номенклатурой выпускаемой продукции;

– поассортиментный метод планирования. Прибыль определяется по каждой ассортиментной позиции, для чего необходимо располагать соответствующими данными. Используется при более широком ассортименте продукции.

К преимуществам метода прямого счета можно отнести его точность при расчете плановой прибыли, относительную простоту в исполнении.

Недостатки рассматриваемого метода планирования прибыли состоят в том, что он основывается на сложившихся в предшествующем (базисном) периоде отпускных ценах и затратах и его применение затруднено в многономенклатурном производстве.

В современных условиях хозяйствования метод прямого счета можно использовать при планировании прибыли только на очень короткий период времени, пока не изменились цены, зарплата и другие обстоятельства. Это исключает его применение при годовом и перспективном планировании прибыли. Расчет прибыли не позволяет выявить влияние отдельных факторов на плановую прибыль.

• Аналитический метод широко распространен на практике. Он, как правило, применяется в многономенклатурном производстве и призван упростить расчет плановой прибыли.

Исчисление прибыли аналитическим методом состоит из трех последовательных этапов: определение базовой рентабельности как частного от деления ожидаемой прибыли за отчетный год на полную себестоимость сравнимой товарной продукции за тот же период; исчисление объема товарной продукции в плановом периоде по себестоимости отчетного года и определение прибыли на товарную продукцию, исходя из базовой рентабельности; учет влияния на плановую прибыль различных факторов: снижения (повышения) себестоимости сравнимой продукции, повышения качества ее и сортности, изменения ассортимента, цен и т. д.

Преимущество этого метода состоит в том, что он позволяет определить влияние отдельных факторов на плановую прибыль.

• Совмещенного расчета – применяются элементы первого и второго способов. Так, стоимость товарной продукции в ценах планового года и по себестоимости истекшего года определяется методом прямого счета, а воздействие на плановую прибыль таких факторов, как изменение себестоимости, повышение качества, изменение ассортимента, цен и др., выявляется с помощью аналитического метода.

Для применения традиционных методов необходима значительная исходная информация, не доступная на начальной стадии прогнозирования. Эти методы были продуктивны в условиях директивного планирования, но мало пригодны в рыночной экономике.

Методы маржинального анализа включают:

• Расчет точки безубыточности и моделирование прибыли по соотношению «затраты-выпуск-прибыль» (costs-volume-profit).

Планирование прибыли на основе CVP-анализа базируется на распределении затрат на постоянные и переменные, и позволяет рассчитать требуемые предприятию объемы прибыли от продаж с помощью моделирования оптимальной комбинации: цен, объема производства, переменных и постоянных затрат.

- Планирование прибыли на основе эффекта операционного и финансового левериджа (рычага).

Позволяет не только определить изменение прибыли в плановом периоде по сравнению с ее величиной в базисном периоде, но и оценить факторы, влияющие на это изменение.

- Планирование прибыли на основе предельных (дополнительных) издержек и предельного дохода.

Применение этих методов соответствует современной системе финансового контроля, учета издержек и формирования прибыли (директ-костинг) и носит весьма продуктивный характер. Однако оно ограничено пределами релевантного диапазона и рядом условий, в числе которых: устойчивый характер переменных расходов к выручке от продаж, неизменность постоянных расходов, постоянство структуры продаж по видам (группам) продукции. Эти условия достаточно трудно соблюсти в конкретной хозяйственной практике.

Применение математических методов оправдано лишь на основе достоверных экономических моделей, учитывающих реальные факторы в прогнозируемом периоде.

Факторная модель обладает следующими преимуществами: может быть использована при сравнительно малой информационной базе; позволяет определить факторы, влияющие на изменение прибыли, и соответствующим образом на них воздействовать; на ее основе можно проверить достоверность расчета прибыли другими методами.

Применение факторных моделей расширяет возможности прогнозирования прибыли. Эти модели хорошо поддаются программированию и сочетаются с использованием возможностей обработки данных на персональных компьютерах, особенно для расчета структурных сдвигов.

В процессе совершенствования системы планирования прибыли на каждом предприятии должны быть найдены экономически обоснованные ответы на все поставленные вопросы, а также проработаны методы объективного планирования прибыли, что предполагает соблюдение следующих правил [2]:

- дивиденды можно получать до тех пор, пока цена на готовую продукцию превышает средние валовые издержки;

- максимальная прибыль достигается, если цена больше минимума средних валовых издержек предприятия;

- нулевая прибыль соответствует точке равновесия цены продукции предельным затратам на ее изготовление;

- предприятие будет иметь убыток, если средние валовые издержки становятся выше стоимости товара;

- наименьшие убытки возникают в том случае, если цена меньше минимума средних валовых издержек, но больше минимума средних переменных расходов;

- производство продукции следует прекратить, если ее цена ниже минимума средних переменных издержек.

Исчисление оптимального размера прибыли становится важнейшим элементом планирования предпринимательской деятельности на современном этапе хозяйствования. Прогнозные расчеты прибыли важны не только для самих предприятий и ор-

ганизаций, производящих и реализующих продукцию (услуги), но и для акционеров, инвесторов, поставщиков, кредиторов, банков, связанных с деятельностью данного предпринимателя, участвующих своими средствами в формировании его уставного капитала. Поэтому планирование оптимального размера прибыли является важнейшим фактором успешной предпринимательской деятельности предприятий и организаций в период становления и развития рыночной экономики.

Литература

1. Вереснев, В. М. Аналитический метод планирования прибыли / В. М. Вереснев // Экономика, финансы, управление. – 2008. – № 7. – С. 28–31.
2. Гусаков, В. Формирование прибыли в новых условиях хозяйствования / В. Гусаков // Наука и инновации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://innosfera.org/taxonomy/term/671>. – Дата доступа: 16.03.2012. – 2009. – № 12.