

Анализ финансовых результатов

- ◎ Планирование прибыли
- ◎ Метод прямого счета
- ◎ Аналитический метод
- ◎ Метод «директ-костинг»

Планирование прибыли

- ◎ Прибыль — важнейший показатель конечных финансовых результатов деятельности предприятия. Определяется как разница между выручкой от реализации продукции и ее себестоимостью.
- ◎ Планирование прибыли — это процесс разработки системы мероприятий по обеспечению ее формирования в необходимом объеме и эффективному использованию в соответствии с целями и задачами развития предприятия.

Планирование прибыли

- ⦿ Планировать прибыль необходимо, чтобы:
- ⦿ собственники предприятия могли принимать решения по поводу дивидендной и инвестиционной политики;
- ⦿ эффективно распределять средства, направлять их на обновление производственных фондов;
- ⦿ выявлять внутрихозяйственные резервы производства, рационально использовать производственные фонды, материальные, трудовые и финансовые ресурсы предприятия.

Планирование прибыли

- ◎ Прибыль планируется отдельно по всем видам деятельности предприятия. Объекты планирования — элементы прибыли до налогообложения. При этом особое внимание уделяется планированию прибыли от продаж.
- ◎ В условиях стабильно развивающейся экономики прибыль планируется на период от 3 до 5 лет, при относительно стабильных ценах и прогнозируемых условиях хозяйствования распространено текущее планирование в рамках 1 года. При нестабильной экономической и политической ситуации планирование возможно на кратковременный период — квартал, полугодие.

Планирование прибыли

- ◎ 3 основных метода планирования прибыли:
- ◎ 1) метод прямого счета;
- ◎ 2) метод взаимосвязи выручки, затрат и прибыли (метод «директ-костинг»);
- ◎ 3) аналитический метод.

Метод прямого счета

- Метод прямого счета наиболее распространен на предприятиях. Применяется, как правило, при небольшом ассортименте выпускаемой продукции, при обосновании создания нового или расширения действующего предприятия, при осуществлении инвестиционного проекта.

Метод прямого счета

Этап	Перечень работ
Маркетинг	<ul style="list-style-type: none">● изучение платежеспособного спроса;● анализ возможностей производства;● планирование объема продаж
Производственное планирование	<ul style="list-style-type: none">● анализ остатков готовой продукции на складе на начало периода;● разработка производственной программы;● планирование остатков готовой продукции на конец периода
Планирование себестоимости	<ul style="list-style-type: none">● определение потребности в материалах (прямых материальных затрат);● планирование затрат на оплату труда с учетом отчислений на социальные нужды (на предварительном этапе проводят нормирование рабочего времени на изготовление единицы продукции и определяют стоимость 1 чел.-ч);● составление сметы производственных накладных расходов (с разделением на постоянные и переменные части);● результат — формирование производственной себестоимости реализуемой продукции с учетом остатков готовой продукции на начало и конец планируемого периода
Планирование прибыли от реализации	<ul style="list-style-type: none">● составление сметы административных расходов;● составление сметы коммерческих расходов;● формирование плана по прибыли от реализации продукции
Проектирование прибыли до налогообложения	<ul style="list-style-type: none">● составление сметы операционных доходов и расходов;● составление сметы внереализационных доходов и расходов;● формирование проекта по прибыли до налогообложения

Метод прямого счета

- Сущность метода прямого счета в том, что прибыль исчисляется как разница между выручкой от реализации продукции (в соответствующих ценах, за вычетом НДС и акцизов) и полной ее себестоимостью,
- Плановая прибыль (П) рассчитывается по формуле:
 -
 - $P = (O \times Ц) - (O \times С),$
 -
- где O — объем выпуска продукции в планируемом периоде в натуральном выражении;
- Ц — цена на единицу продукции (за вычетом НДС и акцизов);
- С — полная себестоимость единицы продукции.

Метод прямого счета

- ◎ Прибыль по товарному выпуску (Π_T) планируется на основе сметы затрат на производство и реализацию продукции, в которой определяется себестоимость товарного выпуска планируемого периода:
- ◎
- ◎ $\Pi_T = \text{Ц}_T - \text{С}_T$,
- ◎
- ◎ где Ц_T — стоимость товарного выпуска планируемого периода в действующих ценах реализации (без НДС, акцизов, торговых и сбытовых скидок);
- ◎ С_T — полная себестоимость товарной продукции планируемого периода.
- ◎

Метод прямого счета

- Следует отличать плановый размер прибыли в расчете на товарный выпуск от прибыли, планируемой на объем реализуемой продукции.
-
- Прибыль на реализуемую продукцию (P_r) в общем виде рассчитывается по формуле:
-
- $$P_r = V_r - C_r,$$
-
- где V_r — планируемая выручка от реализации продукции в действующих ценах (без НДС, акцизов, торговых и сбытовых скидок);
- C_r — полная себестоимость реализуемой в предстоящем периоде продукции.

Метод прямого счета

- ⦿ Более детально прибыль от объема реализуемой продукции в плановом периоде определяется по формуле:
- ⦿
- ⦿
$$\Pi_p = \Pi_{он} + \Pi_T - \Pi_{ок},$$
- ⦿
- ⦿ где $\Pi_{он}$ — сумма прибыли остатков нереализованной продукции на начало планового периода;
- ⦿ Π_T — прибыль от объема выпуска товарной продукции в плановом периоде;
- ⦿ $\Pi_{ок}$ — прибыль от остатков нереализованной продукции в конце планового периода.

Аналитический метод

- ⦿ Аналитический метод планирования прибыли применяется при большом ассортименте выпускаемой продукции, а также как дополнение к прямому методу в целях его проверки и контроля (рис. 2). Прибыль определяется не по каждому виду выпускаемой в предстоящем году продукции, а по всей сравнимой продукции в целом. Прибыль по несравнимой продукции определяется отдельно.

Аналитический метод

Рассчитываем базовую рентабельность как частное от деления ожидаемой прибыли за отчетный год на полную себестоимость сравнимой товарной продукции за тот же период



Определяем объем товарной продукции в плановом периоде по себестоимости отчетного года и прибыль на товарную продукцию исходя из базовой рентабельности



Учитываем влияние на плановую прибыль различных факторов (снижение/повышение себестоимости сравнимой продукции, повышение ее качества и сортности, изменение ассортимента, цен и т. д.)

Рис. 2. Определение планируемой прибыли аналитическим методом

Метод «директ-костинг»

- Основой метода «директ-костинг» является группировка затрат на переменные и условно-постоянные. Связь между объемом продаж (тыс. руб.) и структурой издержек (тыс. руб.) представлена на рис. 3.
-

Метод «директ-костинг»

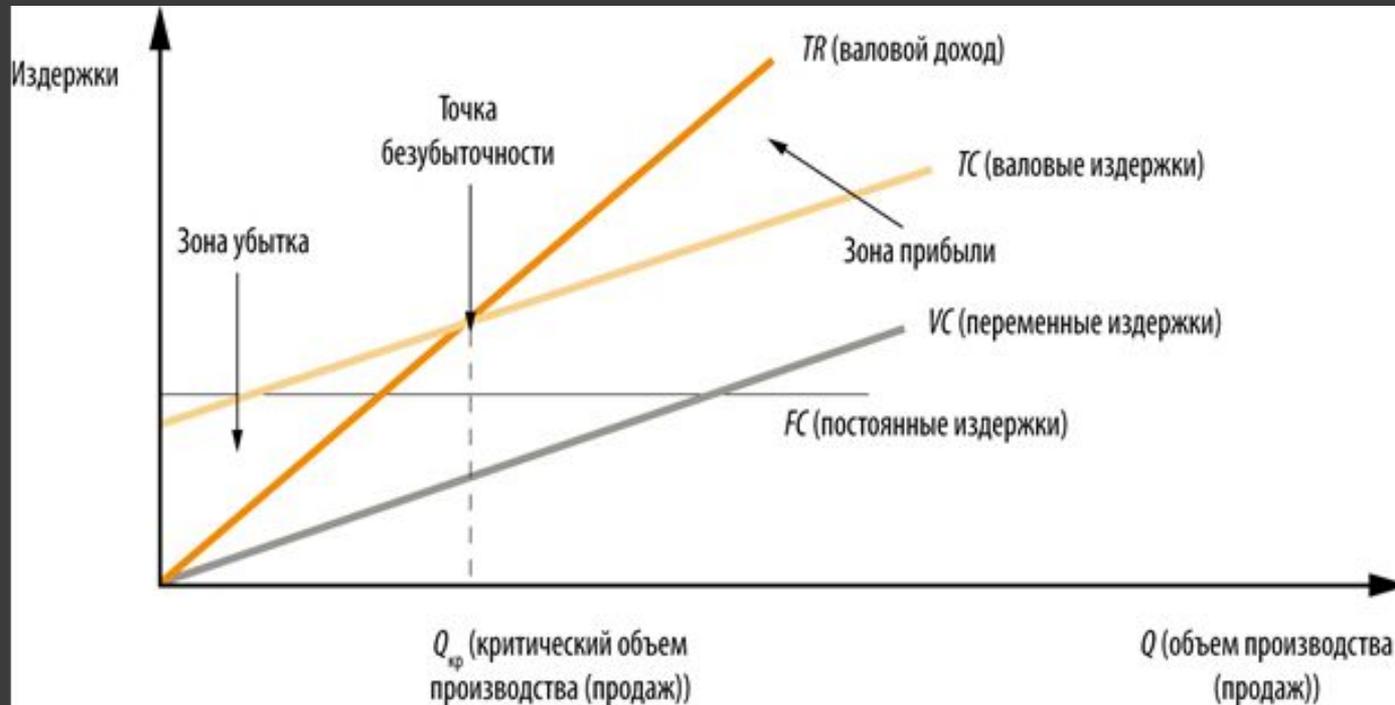


Рис. 3. Связь между объемом продаж и структурой издержек

Планирование прибыли

- Рассмотрим, как спланировать прибыль, на примере условного предприятия.
- ООО «АВС» планирует свою производственную деятельность на основе договоров, заключаемых с потребителями продукции и услуг, а также поставщиками материально-технических и иных ресурсов.
- Цель деятельности организации — удовлетворить потребность в ее продукции, работах, услугах и извлечь прибыль.

Планирование прибыли

- электромонтажные работы; кровельные работы; плотницкие работы; монтаж стальных конструкций; каменные работы; выполнение дизайн-проектов; подготовка строительного участка.
- Организация специализируется на строительстве наибольших зданий, поэтому ее деловыми партнерами в основном являются частные лица.

Планирование прибыли

Динамика прибыли ООО
«АВС»

Показатели	Ед. изм.	Значения		Изменения	
		2016 г.	2017 г.	абсолютные	относительные, %
Выручка от работ, услуг	тыс. руб.	53 485	57 961	4476	8,37
Себестоимость работ, услуг	тыс. руб.	38 038	40 474	2436	6,40
Коммерческие расходы	тыс. руб.	1166	867	-299	-25,64
Прибыль от продаж	тыс. руб.	14 281	16 620	2339	16,38
Прочие доходы	тыс. руб.	4389	4771	382	8,70
Прочие расходы	тыс. руб.	7544	7602	58	0,77
Валовая прибыль	тыс. руб.	11 126	13 789	2663	23,93
Налог на прибыль	тыс. руб.	2003	2482	479	—
Чистая прибыль	тыс. руб.	9123	11 307	2184	23,94
Рентабельность продаж	%	17,1	19,5	2,5	—
Рентабельность продукции	%	24	27,9	4,0	—

Планирование прибыли

- Анализируя данные табл. 1, мы видим, что прибыль от продаж возросла на 16,4 %. Этому способствовало увеличение выручки от работ на 8,4 % и снижение коммерческих расходов на 25,6 %. Чистая прибыль также возросла — на 23,9 %. Рентабельность продаж и продукции выросла на 2,5 и 4,0 % соответственно.

Планирование прибыли

- Рассмотрим основные способы планирования прибыли от реализации товарной продукции.
- Как говорилось ранее, ООО «АВС» специализируется в том числе на строительстве каркасных быстровозводимых домов. Доход от данного вида услуги составляет около 50 % от полной прибыли предприятия. Цена одного дома — 1 694 915 руб., производственная себестоимость по отчету за истекший год — 1 303 781 руб.
- В 2016 г. было построено 15 домов, в 2017 — 18.

Планирование прибыли

- Произведем расчет плановой прибыли методом прямого счета.
- Допустим, в будущем году будет построено 20 домов, снижение производственной себестоимости составит 5 %, расходы по реализации продукции — 0,5 % к реализуемой продукции по производственной себестоимости.
- Производственная себестоимость единицы продукции в плановом году составит:
- $1\ 303\ 781 \times 95 / 100 = 1\ 238\ 591,95$ руб.,
- объем товарной продукции в плановом году по производственной себестоимости:
- $1\ 238\ 591,95 \times 20 = 24\ 771\ 839$ руб.

Планирование прибыли

- Для того чтобы определить полную себестоимость продукции, исчислим величину расходов по реализации продукции:
- $24\,771\,839 \times 0,5 / 100 = 123\,859,2$ руб.
- Следовательно, объем реализации продукции по полной себестоимости составит:
- $24\,771\,839 + 123\,859,2 = 24\,895\,698,2$ руб.
- Объем реализации в натуральном выражении равен 20 единиц, а в оптовых ценах — 33 898 300 руб. ($20 \times 1\,694\,915$).

Планирование прибыли

- При этих условиях прибыль от реализации продукции в плановом году составит:
- $33\,898\,300 - 24\,895\,698,2 = 9\,002\,601,8$ руб.
- Расчет прибыли методом прямого счета прост и доступен. Однако он не позволяет выявить влияние отдельных факторов на плановую прибыль и при большой номенклатуре выпускаемой продукции очень трудоемок.

Планирование прибыли

- ◎ **Рассчитаем прибыль аналитическим методом:**
- ◎ 1. Определяем базовую рентабельность, т. е. отношение ожидаемой прибыли к полной себестоимости сравнимой товарной продукции (табл. 2).

Планирование прибыли

Показатели	Ед. изм.	Итоги за 9 месяцев	План IV квартала	Ожидаемое исполнение за текущий год
Количество товарной продукции	шт.	16	2	18
Сравнимая товарная продукция истекшего года:				
по действующим ценам (без НДС, акцизов и налога с продаж)	руб.	26 201 600	3 389 830	29 591 430
по полной себестоимости	руб.	20 288 000	2 607 562	22 895 562
Прибыль на объем сравнимой товарной продукции	руб.	5 913 600	782 268	6 695 868
Поправки к сумме прибыли в связи с имевшими место в течение года изменениями цен (+/-) за время с начала года до даты изменения	руб.	5 938 600		6 720 868
Базовая рентабельность	%	29,3	30	29,4

Планирование прибыли

- 2. Так как в плановом году предусматривается рост сравнимой товарной продукции на 11,5 %, ее выпуск по себестоимости отчетного года составит:
- $22\ 895\ 562 \times 111,5 / 100 = 25\ 528\ 551,6$ руб.
- Прибыль по сравнимой товарной продукции в плановом году исходя из базового уровня рентабельности будет равна:
- $25\ 528\ 551,6 \times 29,4 / 100 = 7\ 505\ 394,2$ руб.

Планирование прибыли

- 3. Учитываем влияние отдельных факторов на сумму плановой прибыли.
- Выпуск сравнимой товарной продукции в плановом году по себестоимости прошлого года — 25 528 551,6 руб. Та же сравнимая продукция, но по полной себестоимости предстоящего года — 26 075 620 руб. ($20 \times 1\,303\,781$). Повышение себестоимости сравнимой товарной продукции составило 547 068,4 руб. ($26\,075\,620 - 25\,528\,551,6$), а это повлечет снижение плановой прибыли.
- Планируемое изменение ассортимента продукции вызывает увеличение или уменьшение плановой прибыли. Но ООО «АВС» не планирует изменения в ассортименте, поэтому данный этап вычислений мы пропускаем.

Планирование прибыли

- На размер плановой прибыли влияет также изменение цен в плановом периоде. Если цены снижаются или увеличиваются, то предполагаемый процент снижения или увеличения следует исчислять от объема соответствующей продукции. Полученная сумма от снижения или увеличения цен повлияет на уменьшение или увеличение планируемой прибыли.

Планирование прибыли

- Допустим, цены на всю реализуемую товарную продукцию предполагается увеличить в плановом году на 6,03 %. Если планируемый выпуск товарной продукции, исчисленный в ценах, составит 33 898 300 руб., то только за счет этого фактора будет получена прибыль в размере:
- $33\,898\,300 \times 6,03 / 100 = 2\,044\,067,5$ руб.

Планирование прибыли

- Составим сводный расчет прибыли от реализации продукции (табл. 3).

Показатели	Сумма, руб.
Товарная продукция в плановом году:	
сравнимая товарная продукция по полной себестоимости в отчетном году	25 528 551,6
сравнимая товарная продукция по полной себестоимости в плановом году	26 075 620
снижение прибыли от повышения себестоимости сравнимой товарной продукции	547 068,4
Прибыль по сравнимой товарной продукции исходя из базовой рентабельности	7 505 394,2
Увеличение прибыли вследствие роста цен	2 044 067,5
Итого плановая прибыль	9 002 393,3

Планирование прибыли

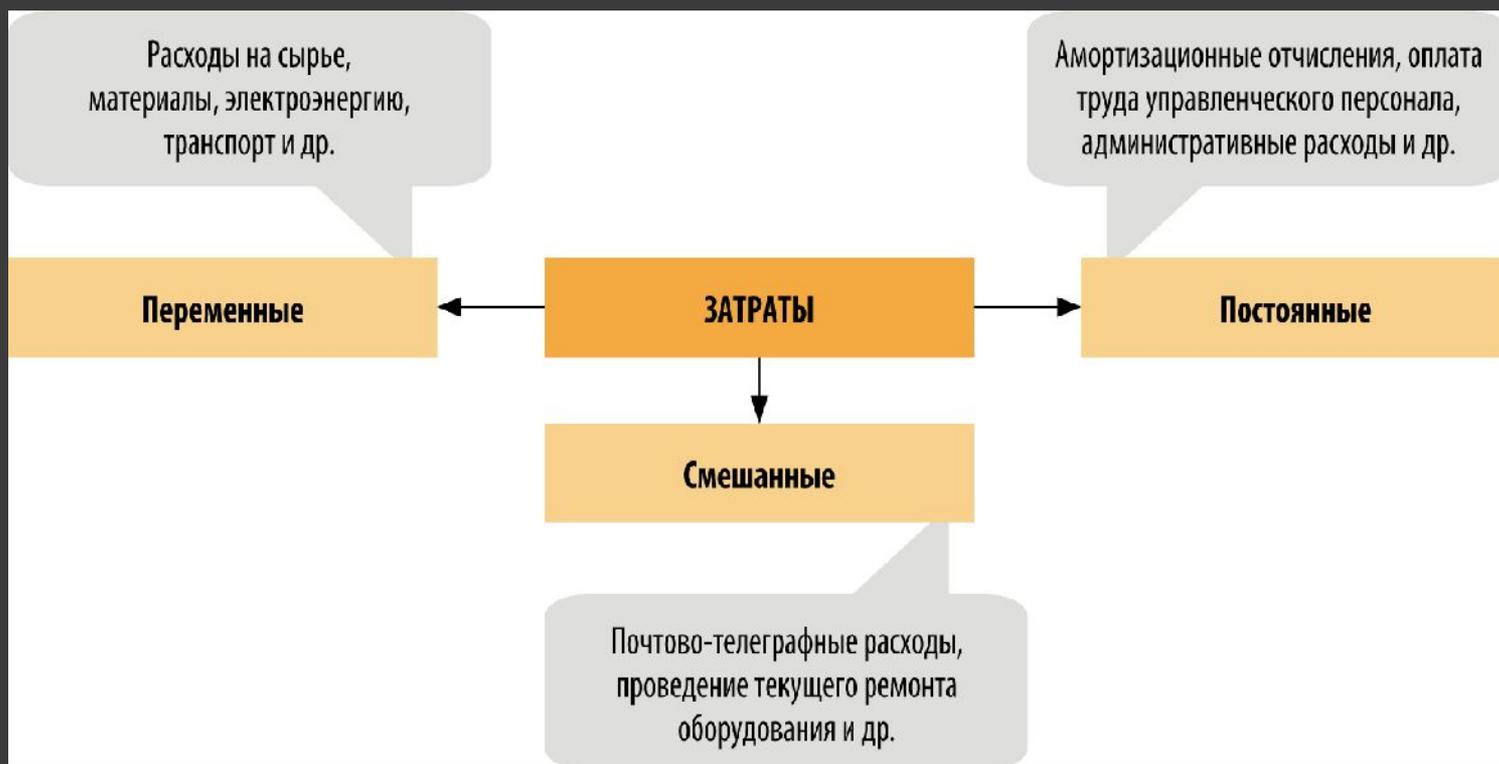
- Итоговая плановая прибыль ООО «АВС» от строительства каркасных быстровозводимых домов в будущем году составит 9 002 393,3 руб., что, безусловно, является положительным фактором. При этом плановую прибыль значительно снижает повышение себестоимости на 547 068,4 руб., которое объясняется ростом цен на потребляемые товарно-материальные ценности, повышением оплаты труда в связи с увеличением минимального размера месячной оплаты труда и другими факторами.

Планирование прибыли

- Рост прибыли на 2 044 067,5 руб. планируется в связи с предполагаемым увеличением цен на реализуемую продукцию с учетом инфляции. Это фактор также нельзя рассматривать как положительный, так как невозможно спрогнозировать поведение покупателя при повышении цены на товар.

Планирование прибыли

Для прогнозирования максимально возможной прибыли в планируемом году целесообразно сопоставить выручку от реализации продукции с общей суммой затрат, подразделяемых на переменные, постоянные и смешанные (рис. 4).



Планирование прибыли

- ⦿ В связи с небольшим удельным весом смешанных затрат учитывать их при расчете мы не будем. Прирост прибыли зависит от относительного уменьшения переменных или постоянных затрат.
- ⦿ Приведенные далее расчеты позволяют определить так называемый эффект производственного рычага — явление, когда с изменением выручки от реализации продукции происходит более интенсивное изменение прибыли в ту или иную сторону.

Планирование прибыли

- Для расчета эффекта или силы воздействия рычага используется целый ряд показателей:
- валовая маржа = прибыль от реализации + постоянные затраты;
- вклад (сумма покрытия) = выручка от реализации — переменные затраты;
- эффект рычага = (выручка от реализации — переменные затраты) / прибыль.
- Выручка от реализации продукции в 2016 г. составила 29 591 430 руб., в том числе переменные затраты — 18 944 482 руб., постоянные — 3 951 080 руб.

Планирование прибыли

- ⊙ Таким образом, при суммарных затратах в 22 895 562 руб. прибыль равна:
- ⊙ $29\,591\,430 - 22\,895\,562 = 6\,695\,868$ руб.
- ⊙ Если в 2015 г. выручка увеличится на 10 %, что составит 32 550 573 руб. ($29\,591\,430 \times 110 / 100$), то переменные затраты возрастут также на 10 % и будут равны 20 838 930,2 руб. ($18\,944\,482 \times 110 / 100$). Постоянные затраты при этом остаются неизменными, т. е. 3 951 080 руб.

Планирование прибыли

- В этом случае суммарные затраты составят:
- $20\,838\,930,2 + 3\,951\,080 = 24\,790\,010,2$ руб.,
- прибыль:
- $32\,550\,573 - 24\,790\,010,2 = 7\,760\,562,8$ руб.
- При этом прибыль возрастет по сравнению с прошлым годом на 15,9 % ($7\,760\,562,8 \times 100 / 6\,695\,868 - 100$).
- Следовательно, при росте выручки от реализации продукции на 10 % прибыль увеличится на 15,9 %.

Планирование прибыли

- Изыскивая возможности увеличить прибыль, целесообразно проверить влияние на ее прирост не только переменных, но и постоянных затрат. Так, если переменные затраты увеличиваются на 10 % — 20 838 930,2 руб., а постоянные затраты — на 2 % — 4 030 101,6 руб. ($3\,951\,080 \times 102 / 100$), общая сумма всех затрат составит:
 - $20\,838\,930,2 + 4\,030\,101,6 = 24\,869\,031,8$ руб.
 - Предприятие при этом получит прибыль:
 - $32\,550\,573 - 24\,869\,031,8 = 7\,681\,541,2$ руб.,
 - которая по сравнению с прошлым годом возрастет на 14,7 % ($7\,681\,541,2 \times 100 / 6\,695\,868$), а не на 15,9 %.

Планирование прибыли

- Если далее постоянные затраты увеличиваются на 4 % и составляют 4 109 123,2 руб. ($3\,951\,080 \times 104 / 100$), то при 10%-м росте переменных расходов общая сумма всех затрат равна:
- $20\,838\,930,2 + 4\,109\,123,2 = 24\,948\,053,4$ руб.
- Прибыль в этом случае уменьшается до суммы 7 602 519,6 руб. ($32\,550\,573 - 24\,948\,053,4$), т. е. возрастает лишь на 13,5 % ($7\,602\,519,6 \times 100 / 6\,695\,868 - 100$).
- Исходя из вышеизложенных расчетов можно сделать следующий вывод: по мере возрастания постоянных затрат при прочих равных условиях темпы роста прибыли сокращаются.

Планирование прибыли

- Далее рассчитаем силу воздействия производственного рычага
- Для этого из общей суммы выручки от реализации продукции исключаем переменные затраты, а результат делим на сумму прибыли.
- Разницу между объемом продаж и переменными затратами экономисты называют вкладом на покрытие.
- Количественное воздействие операционного рычага на прибыль можно выразить формулой:
 -
 - $O = V / П,$
 -
 - где O — операционный рычаг;
 - V — вклад на покрытие;
 - $П$ — прибыль.

Планирование прибыли

- Определим силу воздействия производственного рычага в 2015 г.:
- $29\,591\,430 - 18\,944\,482 / 6\,695\,868 = 1,6$.
- Показатель эффекта производственного рычага имеет важное практическое значение. Если выручка от реализации продукции возрастает, например на 4 %, то, пользуясь показателем силы воздействия производственного рычага, можно заранее определить, что прибыль увеличится на 6,4 % ($4 \% \times 1,6$).
- Исходя из силы воздействия производственного рычага можно сделать вывод: чем выше удельный вес постоянных затрат и, соответственно, ниже удельный вес переменных затрат при неизменной сумме выручки от реализации продукции, тем сильнее сила воздействия производственного рычага.

Планирование прибыли

- Это не значит, что можно бесконтрольно увеличивать постоянные расходы, так как если при этом сократится выручка от реализации продукции, то предприятие понесет большие потери в прибыли.
-
- При исследовании взаимосвязи между постоянными и переменными затратами и прибылью важную роль играет анализ безубыточности производства. Определим так называемую точку безубыточности производства и реализации продукции.

Планирование прибыли

- Точка безубыточности соответствует такому объему продаж, при котором фирма покрывает все постоянные и переменные затраты, не имея прибыли. С помощью точки безубыточности определяется порог, за которым объем продаж обеспечивает рентабельность, т. е. прибыльность продукции.
- Объем продаж, соответствующий точке безубыточности (Б), определяется как отношение постоянных затрат ($Z_{\text{пост}}$) к разности между единицей и частным от деления переменных затрат ($Z_{\text{пер}}$) на объем продаж в стоимостном выражении (P):
-
- $$Б = Z_{\text{пост}} / (1 - Z_{\text{пер}} / P).$$
-
- Объем продаж ООО «АВС» в 2016 г. — 29 591 430 руб., в том числе:
- переменные затраты — 18 944 482 руб.;
- постоянные затраты — 3 851 080 руб.;
- прибыль — 6 695 868 руб.

Планирование прибыли

- Реализовано 18 ед. изделий, затраты на единицу — 1 643 968,3 руб. (29 591 430 / 18). Объем продаж в денежном выражении в точке безубыточности составит:
- $3\,851\,080 / (1 - 18\,944\,482 / 29\,591\,430) = 10\,697\,444,4$ руб.
- В натуральном выражении количество реализованной продукции в точке безубыточности равно 6 ед. ($10\,697\,444,4 / 1\,643\,968,3$).
- Это значит, что выручка от продажи 6 ед. изделий окупает все затраты, не образуя прибыли. Реализация каждой дополнительной единицы сверх 6, т. е. сверх точки безубыточности, будет приносить прибыль.

Планирование прибыли

- Подобные расчеты позволяют заранее прогнозировать безубыточную деятельность.
- Также при определении стратегии предприятие должно учитывать запас финансовой прочности (Ф), т. е. оценивать объем продаж сверх уровня безубыточности. Для этого объем продаж (Р) за исключением объема продаж в точке безубыточности (Б) следует разделить на весь объем продаж:
 -
 - $$\Phi = (P - B) / P \times 100.$$
 -
 - Определим запас финансовой прочности ООО «АВС»:
$$(29\,591\,430 - 10\,697\,444,4) / 29\,591\,430 \times 100 = 63,8\%$$

Планирование прибыли

- ◎ Следовательно, предприятие может сократить объем производства и продаж на 63,8 %, прежде чем будет достигнута точка безубыточности. Такой высокий запас финансовой прочности должен быть учтен в процессе формирования стратегии общества.
- ◎ **Важное!**
- ◎ Имея большой запас финансовой прочности, предприятие может осваивать новые рынки, инвестировать средства как в ценные бумаги, так и в развитие производства.
- ◎

Планирование прибыли

- Итак, факторный анализ позволил выявить резервы, которые помогут увеличить чистую прибыль предприятия. Это уменьшение себестоимости и изменение структуры реализованной продукции.
- Что касается организационной структуры предприятия, в нее целесообразно внести некоторые изменения (рис. 5).

Планирование прибыли

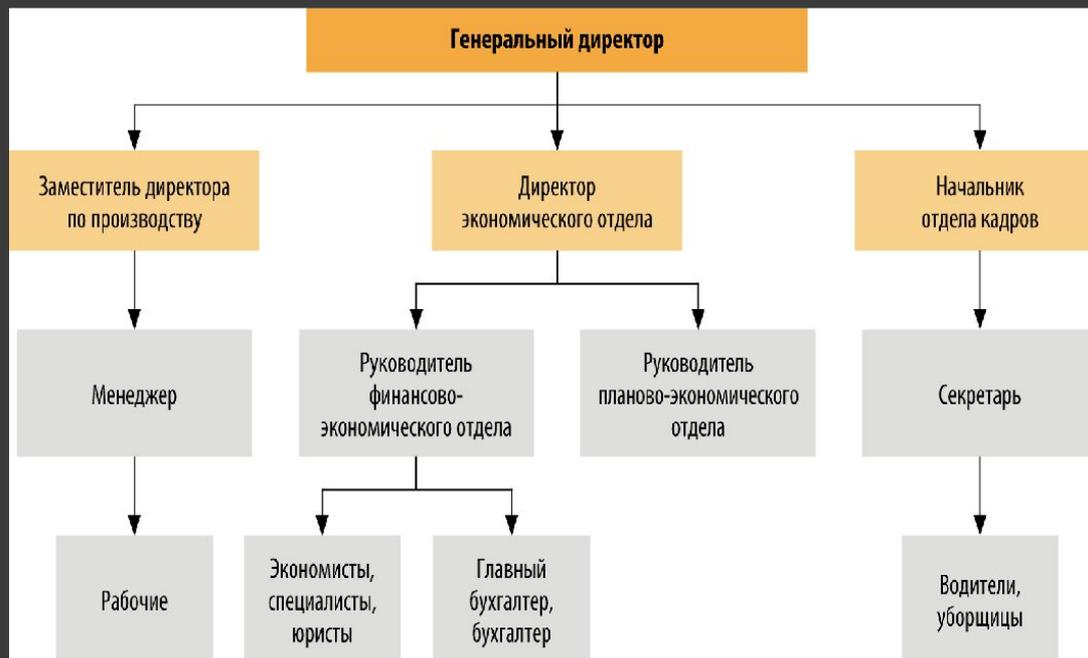


Рис. 5. Предложения по изменению организационной структуры ООО «ABC»

Планирование прибыли

- Сейчас в ООО «АВС» нет отдела планирования, который должен быть на каждом предприятии, которое хочет быть конкурентоспособным.
- Рассчитаем эффективность мероприятия по внедрению планового отдела. Для этого сначала определим величину затрат, которые понадобятся на внедрение планового отдела:
- заработная плата, которую необходимо будет выплатить работникам:
- $3 \text{ чел.} \times 42 \text{ тыс. руб.} = 126 \text{ тыс. руб.};$
- отчисления из фонда заработной платы:
- $126 \text{ тыс. руб.} \times 34 \% / 100 \% = 43 \text{ тыс. руб.}$

Планирование прибыли

- Общая величина затрат на заработную плату составит:
- 126 тыс. руб. + 43 тыс. руб. = 169 тыс. руб.
- Теперь рассчитаем экономические показатели (в стоимостном выражении) работы отдела. Прирост объема реализации продукции, услуг (объема продаж; V) определим по формуле:
-
- $$V = V_{\text{ср. дн.}} \times \beta \times Д,$$
-
- где $V_{\text{ср. дн.}}$ — среднедневной объем выручки, тыс. руб.;
- β — относительный прирост среднедневного объема выручки, %;
- $Д$ — количество дней учета объема выручки.

Планирование прибыли

- Прирост прибыли ($\Pi_{\text{пр}}$) определим по формуле:
-
- $\Pi_{\text{пр}} = V \times \Pi_{\text{р}}$,
-
- где $\Pi_{\text{р}}$ — прибыль на 1 рубль выручки от реализации продукции, услуг, руб.
- Теперь рассчитаем текущий (годовой) экономический эффект (\mathcal{E}) от внедрения отдела:
-
- $\mathcal{E} = \Pi - \mathcal{Z}_{\text{р}}$,
-
- где $\mathcal{Z}_{\text{р}}$ — текущие затраты на проведение мероприятий, тыс. руб.

Планирование прибыли

Таблица 4
Расчет эффекта от внедрения планового отдела

Показатель	Ед. изм.	Величина показателя
Среднедневной объем выручки до внедрения планового отдела (29 591 430 тыс. руб. / 365 дн.)	тыс. руб.	81 072
Относительный процент прироста среднедневной выручки	%	8,5
Количество дней учета объема выручки после внедрения планового отдела	дни	365
Прибыль на 1 руб. реализации продукции	руб.	0,03
Затраты на внедрение планового отдела	тыс. руб.	169
Дополнительный объем выручки	тыс.руб.	2 515 259
Прирост прибыли	тыс. руб.	75 458
Текущий (годовой) экономический эффект	тыс. руб.	75 289

Планирование прибыли

- От того, насколько достоверно определена плановая прибыль, зависит результат финансово-хозяйственной деятельности предприятия.
- По результатам расчета плановой прибыли аналитическим методом можно сделать следующие выводы:
- итоговая плановая прибыль ООО «АВС» за строительство каркасных быстровозводимых домов в будущем году составит 9 002 393,3 руб.;
- плановая прибыль снизится за счет повышения себестоимости на 547 068,4 руб.;
- рост прибыли на 2 044 067,5 руб. планируется в связи с предполагаемым увеличением цен на реализуемую продукцию.

Планирование прибыли

- ⦿ Повышение себестоимости продукции и увеличение цен на эту продукцию — факторы, которые отрицательно скажутся на финансовом состоянии организации в будущем.
- ⦿ Для максимизации прибыли была изменена доля переменных и постоянных затрат.
- ⦿ Данный метод позволяет предприятию планировать на перспективу размеры прироста прибыли в зависимости от результатов производства и заблаговременно принимать меры по изменению в ту или иную сторону величины переменных и постоянных затрат.

Планирование прибыли

- На основании проведенного анализа с учетом найденных резервов роста прибыли ООО «АВС» разработаны рекомендации по увеличению прибыли предприятия на следующий год. Было предложено создать плановый отдел, рассчитан экономический эффект от внедрения данного предложения.

Планирование прибыли

- Ориентировочные расчеты планируемой прибыли организации важны не только для самих предприятий и организаций, производящих и реализующих продукцию (услуги), но и для акционеров, инвесторов, поставщиков, кредиторов, банков, связанных с деятельностью данного предприятия, участвующих своими средствами в формировании его уставного капитала. Поэтому планирование оптимального размера прибыли в современных условиях — важнейший фактор успешной деятельности предприятий и организаций.