

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ)**

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПЛАНИРОВАНИЯ И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ
ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

2021 год

РЕФЕРАТ

Магистерская диссертация содержит введение, 3 главы, заключение, список литературы, включающий 60 источников, 29 таблиц, 11 рисунков. Объем диссертации 92 страницы.

Актуальность темы заключается в том, что планирование и прогнозирование прибыли и факторы, которые определяют эффективность работы предприятия, являются важным участком финансово-экономической работы в направлении мобилизации резервов и возможностей финансового роста компании в будущем, обеспечения устойчивого положения на рынке.

Целью данной работы является исследование вопросов планирования и прогнозирования прибыли, расчет плановой прибыли на предприятии и выявление проблем планирования и прогнозирования, а также разработка мер, направленных на достижение улучшения финансового состояния компании. Для достижения поставленной цели были поставлены следующие задачи:

- определить экономическую сущность и значение прибыли; рассмотреть сущность, роль и задачи финансового планирования; изучить основные методы планирования и прогнозирования прибыли;

- проанализировать финансовое состояние исследуемого предприятия; провести анализ финансовых результатов; применить основные методы на объекте исследования; выявить проблемы, предложить пути их решения.

Элементами научной новизны являются:

- разработка схемы построения имитационной модели прогнозирования финансовых результатов;

- предложение и демонстрация как краткосрочного (на 2021 год), так и среднесрочного (на 2021 – 2025 гг.) расчета плана прибыли компании ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ», который ранее на предприятии не применялся.

Практическое значение полученных результатов состоит в определении основных направлений и разработке конкретных рекомендаций из усовершенствования планирования и прогнозирования прибыли предприятия с учетом специфики работы предприятия преимущественно в сфере телекоммуникаций. Полученные результаты проведенного исследования создают объективные условия для повышения эффективности управленческих решений, получение обоснованной учетной и аналитической информации для планирования и прогнозирования конечных финансовых результатов предприятия.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1 Теоретические аспекты планирования и прогнозирования прибыли на предприятии.....	6
1.1 Понятие и сущность прибыли, характеристика видов прибыли.....	6
1.2 Процесс формирования прибыли на предприятии	12
1.3 Этапы и характеристика методов планирования и прогнозирования прибыли предприятия.....	18
2. Организация системы планирования и прогнозирования прибыли ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ»	35
2.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ».....	35
2.2 Анализ финансовых результатов деятельности ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ».....	42
2.3 Расчет плановой прибыли ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» на предстоящий отчетный период, используя основные методы планирования и прогнозирования	53
3. Проблемы в планировании и прогнозировании прибыли ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» и пути их решения.....	62
3.1 Проблемы проведенного планирования и прогнозирования прибыли в ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ»	62
3.2 Направления совершенствования планирования прибыли ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ»	71
3.3 Разработка рекомендаций по задействованию выявленных резервов в планировании прибыли ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ»	77
Заключение	83
Библиографический список.....	87

ВВЕДЕНИЕ

Современное состояние рынка предъявляет высокие требования к системе управления предприятием и требует быстро реагировать на изменение хозяйственной ситуации и конъюнктуры рынка, с целью поддержания устойчивого финансового состояния и развития предприятия. Важнейшим вопросом управления процессом формирования прибыли является планирование прибыли и других финансовых результатов. Главной целью при планировании является максимизация доходов, что позволяет обеспечивать финансирование большего объема потребностей предприятия в его развитии.

Расчет плановой прибыли должен быть экономически обоснованным, что позволит осуществлять своевременное и полное финансирование инвестиций, прирост собственных оборотных средств, соответствующие выплаты рабочим и служащим, а также своевременные расчеты с бюджетом, банками и поставщиками.

Актуальность темы заключается в том, что планирование и прогнозирование прибыли и факторы, которые определяют эффективность работы предприятия, являются важным участком финансово-экономической работы в направлении мобилизации резервов и возможностей финансового роста компании в будущем, обеспечения устойчивого положения на рынке.

Целью данной работы является исследование вопросов планирования и прогнозирования прибыли, расчет плановой прибыли на предприятии и выявление проблем планирования и прогнозирования, а также разработка мер, направленных на достижение улучшения финансового состояния компании. Для достижения поставленной цели были поставлены следующие задачи:

- определить экономическую сущность и значение прибыли;
- рассмотреть сущность, роль и задачи финансового планирования;
- изучить основные методы планирования и прогнозирования прибыли;

- дать организационно-правовую характеристику и проанализировать финансовое состояние исследуемого предприятия;
- провести анализ финансовых результатов;
- применить основные методы и выявить особенности планирования и прогнозирования прибыли на объекте исследования;
- разработать рекомендации по выявлению резервов роста прибыли.
- выявить проблемы, предложить пути их решения и определить перспективы развития системы планирования и прогнозирования ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ».

Объектом исследования является ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ», данный мультисервисный оператор связи оказывает весь комплекс телекоммуникационных услуг физическим и юридическим лицам на территории Новоуральского городского округа, включая сельские населенные пункты.

Предметом исследования является система финансового планирования предприятия ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ».

Работа состоит из введения, трех глав, заключения. В первой главе рассмотрены понятие и сущность прибыли, характеристика ее видов, процесс ее формирования, а также этапы и характеристика методов планирования и прогнозирования прибыли на предприятии.

Во второй главе проведен анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» за 2017–2019 гг., рассчитана плановая прибыль на предстоящий отчетный период (2021 год) с использованием основных методов планирования.

В третьей главе выявлены проблемы и представлены направления развития, оптимизации, совершенствования системы планирования и прогнозирования прибыли ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ».

В заключении сформулированы выводы по проведенному исследованию.

Элементами научной новизны являются:

- разработка схемы построения имитационной модели прогнозирования финансовых результатов (рисунок 4);

– предложение и демонстрация как краткосрочного (на 2021 год), так и среднесрочного (на 2021 – 2025 гг.) расчета плана прибыли компании ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ», который ранее на предприятии не применялся.

Практическое значение полученных результатов состоит в определении основных направлений и разработке конкретных рекомендаций из усовершенствования планирования и прогнозирования прибыли предприятия с учетом специфики работы предприятия преимущественно в сфере телекоммуникаций. Полученные результаты проведенного исследования создают объективные условия для повышения эффективности управленческих решений, получение обоснованной учетной и аналитической информации для планирования и прогнозирования конечных финансовых результатов предприятия.

В качестве эмпирической базы использовались данные финансовой отчетности ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» за 2017–2019 гг., а также предварительные оценочные данные финансовых результатов за 2020 год.

Методологической базой послужили научные труды отечественных авторов, разработки зарубежных и отечественных консалтинговых компаний, нормативно-законодательная база Российской Федерации, материалы периодической печати, а также ресурсы сети Интернет.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПЛАНИРОВАНИЯ И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

1.1 ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ ПРИБЫЛИ, ХАРАКТЕРИСТИКА ВСЕХ ВИДОВ ПРИБЫЛИ

В условиях быстро меняющейся внешней среды важная роль в бизнес-аналитике отводится прогнозированию и планированию деятельности предприятия, направленных на снижение степени неопределенности его развития и предупреждение влияния негативных факторов. Кроме того, рыночная конкурентная среда побуждает компании постоянно улучшать результаты своей деятельности, для чего также необходимо знание о будущих изменениях результирующих финансово-экономических показателей.

Особое место в системе построения планов и прогнозов занимает планирование и прогнозирование финансового результата деятельности предприятия - прибыли. Прибыль является одним из ключевых показателей хозяйственной деятельности предприятия, используется при оценке его эффективности [49, с. 17]. В литературе, посвященной вопросам прибыли предприятия, понятие прибыли не имеет единого, четкого определения. По мере развития экономической мысли предпринималось множество попыток отыскать однозначное определение прибыли. Рассмотрим трактовку данного понятия представителями научной мысли, а также нормативно-правовыми актами в таблице 1.

Как показал анализ определений, в экономической литературе отсутствует единый подход к трактовке экономической категории «прибыль». Однако автор данной работы считает, что прибыль – это прежде всего определенный доход, таким образом, рассмотренные определения не являются противоречивыми, а порой совпадают и дополняют друг друга.

Таблица 1 – Определения категории «прибыль»¹

Автор	Определение
Т. Манн, Дж. Ло Б. Мандевилль, Ж. - Б. Кольбер	«Прибыль образуется из внешней торговли в результате продажи товаров по ценам, более высоким, чем те, по которым они были куплены.»
А. Смит, Д. Рикардо	«Прибыль – «нечто», что является компенсацией предпринимателю за риск и возникает при обмене созданного товара на деньги, кроме оплаты всех расходов. Прибыль – это категория производства.»
Дж. С. Милль	«Прибыль – это остаток после вычитания из доходов компании затрат на закупку необходимых товаров и услуг (сырье, транспорт), а также на выплату заработной платы.»
А. Маршалл, Дж. Мак-Куллох	«Прибыль – это остаток после вычитания из доходов компании затрат на закупку необходимых товаров и услуг (сырье, транспорт), на выплату заработной платы, а также вознаграждение используемых в данном производстве капиталов.»
К. Маркс	Прибыль – это то, как относится прибавочная стоимость ко всему капиталу, который вложен в предприятие.
Д. С. Моляков	«Большая часть денежных накоплений реализуется в форме прибыли. По экономическому содержанию прибыль – денежное выражение части стоимости прибавочного продукта.»
И. А. Бланк	«Прибыль – выраженный в денежной форме чистый доход предпринимателя на вложенный капитал, характеризующий его вознаграждение за риск осуществления предприятием деятельности, представляющий собой разницу между совокупным доходом и совокупными затратами в процессе осуществления этой деятельности.»
О.Б.Веретенникова, В. И. Майданик, К. В. Ростовцев, Э. Р. Закирова.	«Прибыль является конечным результатом деятельности предприятия, за счет прибыли выплачиваются дивиденды собственникам, происходит расширенное воспроизводство предприятия, предоставляются социальные льготы работникам.»
НК РФ ч. 2 ст. 247	«Прибылью признаются полученные доходы, уменьшенные на величину произведенных расходов.»

¹ Составлено автором по: [1, 5, 14, 22, 23, 30]

Множество определений экономической категории «прибыль» подчеркивает многоаспектность, сложность и содержательность данного понятия [16, с. 111].

Функции прибыли определяют ее значение в финансово-хозяйственной деятельности компании [6, с. 51]. Мнения по поводу функций прибыли также разнятся, как и мнения насчет определения понятия «прибыль». Но всё же можно выделить основные функции прибыли, представленные в таблице 2.

Таблица 2 – Функции прибыли¹

Функция	Характеристика
Контрольная	Прибыль характеризует экономический эффект от деятельности предприятия как конечный финансовый результат. На результат реализации этой функции влияют зависящие и не зависящие от предприятия факторы.
Воспроизводственная	Прибыль является одним из источников расширенного воспроизводства.
Стимулирующая	Прибыль – это одновременно финансовый результат и основной элемент финансовых ресурсов предприятия, который обеспечивает реализацию принципа самофинансирования. В этой функции проявляется регулирующая функция финансов.
Бюджетобразующая (фискальная)	Прибыль – главный источник формирования доходов бюджетной системы РФ, обеспечивает более 30 % ее доходов. Эта функция прибыли связана с функционированием финансов государства и выполнением ими перераспределительной и регулирующей функций.
Социальная	Прибыль является источником средств для реализации социальной ответственности бизнеса
Оценочная	Прибыль наиболее полно и достоверно отражает уровень производства и дает оценку финансово-хозяйственной деятельности организации.
Распределительная	Прибыль выступает инструментом распределения чистого дохода между предприятием и бюджетом.

¹ Составлено автором по: [23, 34, 51]

Единство функций в их зависимости и взаимообусловленности делает прибыль тем элементом хозяйствования, в котором увязываются экономические интересы общества, коллектива предприятия и каждого работника [29, с. 50].

Для эффективного управления прибылью важным является значение видов прибыли и факторов, влияющих на каждый из них. В современном мире существует необходимость знания финансовых понятий и терминов, которые используются в международной практике. В связи с этим в таблице 3 показаны основные виды прибыли, которые значимы для оценки эффективности деятельности компаний, они получили распространение в международной системе финансовой отчетности.

Таблица 3 – Основные виды прибыли, используемые в системе корпоративных финансов¹

Наименование и обозначение прибыли	Методика определения прибыли	Обозначение показателя в зарубежной практике
1	2	3
1. Валовая прибыль	Разность между выручкой от реализации и себестоимостью продукции	GP (gross profit)
2. Маржинальная прибыль (валовая маржа)	Разность между выручкой от реализации и прямыми (переменными) расходами	GM (gross margin, gross profit)
3. Прибыль от продаж	Выручка от продаж за вычетом себестоимости реализованных товаров и накладных расходов (коммерческих и управленческих)	SP (sales profit)
4. Операционная прибыль (прибыль от основной деятельности)	Сальдо доходов и расходов операционной деятельности (сумма прибыли от продаж и прочих операционных доходов и расходов)	OP (operating profit)
5. Прибыль до уплаты налогов и процентов	Операционная прибыль за минусом сальдо прочих доходов и расходов	EBIT (earning before interest and taxes)

¹ Составлено автором по: [21]

Окончание таблицы 3

1	2	3
6. Прибыль до уплаты налогов, процентов по займам и амортизации	Сумма операционной прибыли и амортизации	ЕВITDA (earning before interest, taxes, depreciation and amortization)
7. Прибыль до налогообложения	Разность операционной прибыли и финансовых издержек (процентов по займам)	ЕВТ (earning before taxes)
8. Прибыль после налогообложения	Разность между прибылью до налогообложения и налогом на прибыль	ЕАТ (earning after taxes)
9. Чистая прибыль	Разность между прибылью после налогообложения и суммой выплаченных дивидендов по привилегированным акциям	NI(net income) NP (net profit)
10. Прибыль на акцию	Отношение чистой прибыли к количеству обыкновенных акций	EPS (earning per share)
11. Чистая операционная посленалоговая прибыль	Разность операционной прибыли и налога на прибыль	NOPAT (net operating profit after tax)

Валовая прибыль характеризует сумму чистого дохода от операционной деятельности за вычетом всех операционных расходов, как постоянных, так и переменных. Валовая прибыль является показателем эффективности производства, а также базой для определения налогооблагаемой прибыли.

Существуют внешние и внутренние факторы, способные повлиять на показатели валовой прибыли. К внешним факторам относят местоположение предприятия и климатические условия местности, показания экономики, политики, а также принятое в стране законодательство и др.; к внутренним факторам – темп и мощность производства, мероприятия по снижению себестоимости, маркетинговые стратегии, мероприятия по повышению качества товаров и услуг [56, с. 979].

Прибыль от продаж (прибыль от реализации) – один из наиболее используемых видов прибыли в российской финансовой отчетности,

определяется как разность выручки от реализации и общей суммы всех затрат (расходов) предприятия. В зарубежной системе отчетности аналогом прибыли от продаж является операционная прибыль или прибыль EBIT. Соответственно, прибыль от продаж – это показатель эффективности основной деятельности предприятия.

Прибыль до уплаты налогов, процентов по займам и амортизации (EBITDA) – очень популярна в настоящее время, как за рубежом, так и на отечественных предприятиях, поскольку позволяет анализировать денежный поток предприятия, особенно важный в случае, если компания привлекает заемный капитал и (или) занимается инвестиционной деятельностью.

Чистая прибыль – это прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия за вычетом всех расходов, финансовых издержек и налога на прибыль. Чистая прибыль распределяется по следующим направлениям (рисунок 1).



Рисунок 1 – Направления использования чистой прибыли [21, с. 115]

Нераспределенная прибыль – это прибыль, которая не была распределена собственниками по результатам отчетного периода, она отражается в балансе нарастающим итогом и является основным индикатором, отражающим эффективность операционной, финансовой и инвестиционной деятельности [21, с. 171]. Нераспределенная прибыль является наименее рискованным источником для реализации проектов предприятия.

Итак, прибыль является важным показателем деятельности любого предприятия, поскольку механизм ее формирования, распределения и использования затрагивает интересы всех субъектов отношений: государства,

собственников предприятия, его высшего менеджмента и персонала, а также интересы держателей мелких пакетов акций, партнеров и различных кредиторов.

1.2 ПРОЦЕСС ФОРМИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

В общем виде процесс формирования прибыли можно представить как разницу между доходами и расходами [43, с. 81]. Доходами считается повышение экономической пользы в итоге прихода активов (денежных средств, иного имущества) и (или) ликвидации обязательств, влекущее к повышению капитала. Расходами – затраты, которые связаны с выпуском продукции и продажей продукции, покупкой и продажей товаров [39, с. 263].

На предприятиях показатели прибыли образуются в результате реализаций продукции. Их величину определяют как разницу доходов, полученных при реализации продукции, и издержек на ее производство и реализацию.

Формирование прибыли регламентируется следующими нормативными документами:

- положение по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99;
- положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/9917;
- налоговый кодекс Российской Федерации и др.

С учётом последовательности торгово-хозяйственной деятельности, особенностей формирования доходов и затрат процесс образования прибыли торгового предприятия может быть представлен на рисунке 2.

Процесс формирования прибыли, согласно схеме ниже, можно разделить на несколько последовательных этапов:

Этап 1: По статье «Выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг» отражаются выручка от продажи товаров, продукции; поступления, связанные с выполнением работ и оказанием услуг; поступления, связанные с

осуществлением хозяйственных операций, с учетом договоров по продаже товаров, продукции, выполнению работ, услуг с учетом скидок, суммовых разниц.

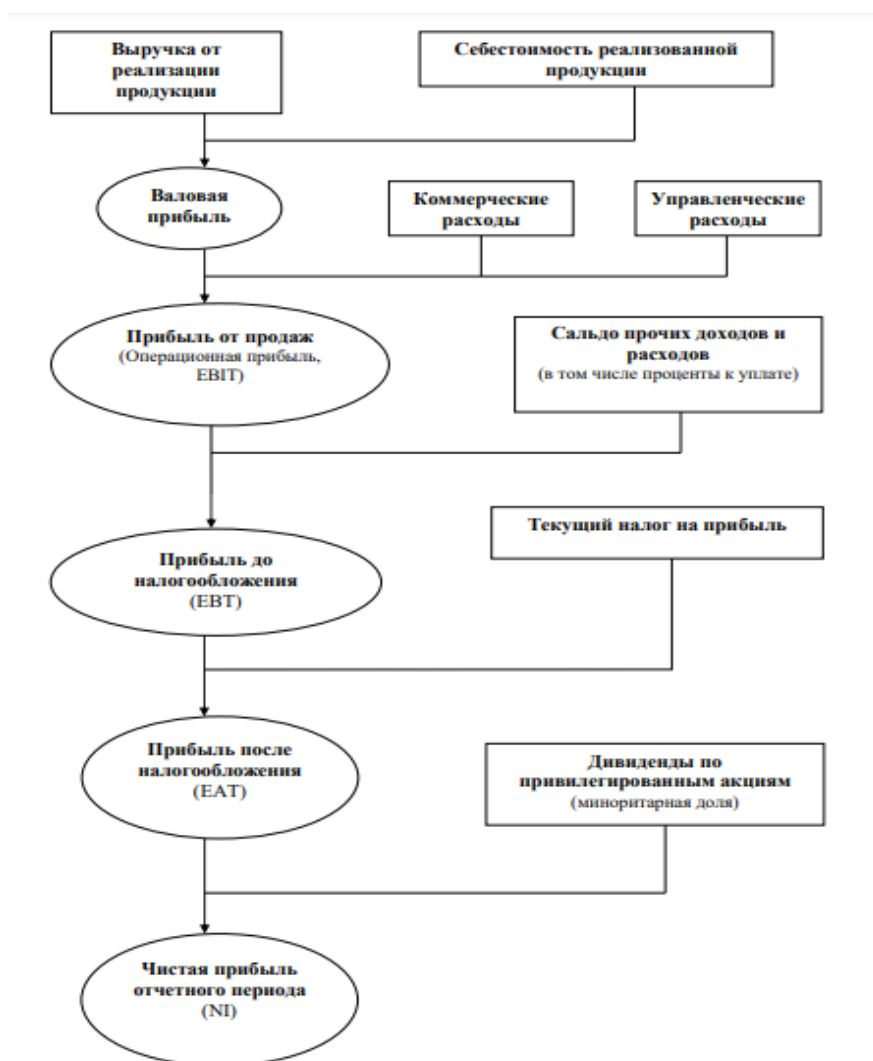


Рисунок 2 – Схема формирования прибыли на предприятии [21, с. 120]

Из общей выручки от реализованной продукции вычитаются постоянные платежи, являющиеся обязательными и представляющие собой часть фиксированных или переменных издержек предприятия, такие как НДС, акцизы и т.п. Выручка, полученная предприятием от продажи товаров и услуг, уменьшается на себестоимость данной продукции [27, с. 105]. По статье «Себестоимость проданных товаров продукции, работ, услуг» отражаются учтенные затраты на производство продукции, работ, услуг в доле, относящейся к проданным в отчетном периоде товарам, работам и услугам. В результате получаем валовую (маржинальную) прибыль. Валовая прибыль служит для

покрытия коммерческих и управленческих расходов. Она больше этих расходов на величину прибыли от продаж.

Этап 2: из валовой (маржинальной) прибыли вычитаются условно-постоянные накладные (управленческие) расходы, коммерческие расходы. По статье «Коммерческие расходы» отражаются затраты, связанные со сбытом продукции, и складываются издержки обращения. Общепроизводственные и общехозяйственные расходы включены в статью управленческие расходы [8, с. 129]. В результате получаем прибыль (убыток) до вычета процентов и налогов (прибыль от продаж, операционная прибыль, брутто-прибыль).

Этап 3: для расчета прибыли (убытка) до налогообложения к прибыли от продаж нужно прибавить проценты к получению, доходы от участия в других организациях и прочие доходы, а также вычесть проценты к уплате и прочие расходы [34, с. 63].

Проценты к получению – отражаются суммы к получению дивидендов по облигациям, депозитам. Проценты к уплате – отражаются суммы к уплате процентов по облигациям, депозитам [13, с. 89].

По статье «Прочие доходы» отражаются: доходы от продаж основных средств и иных активов; доходы от операций с имуществом; штрафы, пени, неустойки за нарушение договоров по которым получены решения суда об их взыскании; поступления в возмещение причиненных организации убытков; прибыль прошлых лет, выявленная в отчетном году и прочее.

По статье «Прочие расходы» отражаются: расходы, связанные с продажей основных средств и иных активов, отличных от денежных средств (кроме иностранной валюты); остаточная стоимость проданных основных средств и иных амортизируемых активов; расходы, связанные с оплатой услуг кредитным организациям и прочее.

В результате трех этапов получается прибыль до налогообложения.

Этап 4: после вычета платежей и налога на прибыль получаем чистую прибыль (убыток) предприятия.

Чистая прибыль предприятий – это прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия после уплаты всех налогов, акцизов и платежей в государственные и местные бюджеты. [17, с. 86].

Этап 5: после выплаты из чистой прибыли дивидендов по привилегированным акциям получаем прибыль, доступную к распределению среди владельцев обыкновенных акций или согласно долям, то есть прибыль распределяется на дивиденды по обыкновенным акциям и реинвестированную прибыль [20, с. 276].

Предприниматели имеют право направлять средства чистой прибыли на те цели, которые определили в качестве приоритетных стратегических целей развития предприятия [57, с. 90]. Чистая прибыль предприятия в процессе ее использования в зависимости от целей расходования капитализируется или потребляется [11, с. 211]. Эффективность функционирования организации зависит не только от размера получаемой прибыли, но и от характера ее распределения.

Описанный по этапам выше подход формирования прибыли предприятия является подходом бухгалтерского учета (по нему процесс формирования финансового результата виден в «Отчете о финансовых результатах»).

С точки зрения налогового учета формирование прибыли (убытка) происходит по другому алгоритму, как разница между доходами и расходами, определяемыми главой 25 Налогового кодекса РФ. К доходам в целях налогового учета относятся: доходы от реализации товаров (работ, услуг) и имущественных прав, внереализационные доходы [1, ст. 248].

В целях налогового учета налогоплательщик уменьшает полученные доходы на сумму произведенных расходов. Расходами признаются обоснованные и документально подтвержденные затраты, понесенные налогоплательщиком.

Расходы в зависимости от их характера, а также условий осуществления и направлений деятельности налогоплательщика подразделяются на: «расходы, связанные с производством и реализацией»; внереализационные расходы, не

связанные с производством и реализацией, включаются обоснованные затраты на осуществление деятельности, непосредственно не связанной с производством и (или) реализацией» [1, ст. 252].

Разница между бухгалтерской прибылью и налогооблагаемой прибылью, образовавшаяся в результате применения различных правил определения доходов и расходов, применяемых в бухгалтерском учете и налоговом законодательстве, состоит из постоянных и временных разниц [10, с. 318].

Текущий налог на прибыль - это налог на прибыль для целей налогообложения, определяемый исходя из величины условного расхода (дохода), скорректированного на сумму постоянного налогового обязательства, отложенного налогового актива и отложенного налогового обязательства отчетного периода.

Под прочими формами капитализации прибыли понимается создание специализированных фондов. В бухгалтерском балансе финансовый результат на конец отчетного периода показывают как нераспределенную прибыль.

Большинство предприятий оценивают свою деятельность по объему прибыли, однако определить ее показатели, эффективно предприятие использует имеющиеся в ее распоряжении ресурсы, не является возможным. Для анализа экономической эффективности обычно применяют коэффициенты рентабельности [9, с. 291].

Показатели рентабельности, как инструмент финансового анализа, планирования деятельности и проведения мероприятий по повышению её эффективности, а также один из критериев, на который инвесторы обращают свое внимание, так как показатели рентабельности дают представление о прибыли на вложенный капитал, отражая уровень прибыльности вложений [41, с. 21].

Различают основные виды рентабельности [52, с. 309]:

1. Общая рентабельность (формула 1). Она является главным индикатором при анализе работы любой компании. Общая рентабельность демонстрирует зависимость нормируемых средств оборота, средней цены производственных

фондов и балансовой прибыли. Связь материальных фондов с расходами, отражает прибыльность компании.

$$P_{\text{общ}} = \frac{P_{\text{нал}}}{B} \times 100\%, \quad (1)$$

где $P_{\text{нал}}$ – прибыль (убыток) до налогообложения;

B – Выручка.

2. Рентабельность продаж (формула 2) является индикатором ценовой политики предприятия и его способности контролировать издержки.

$$P_{\text{прод}} = \frac{P_{\text{прод}}}{B} \times 100\%, \quad (2)$$

где $P_{\text{прод}}$ – Прибыль (убыток) от продаж.

3. Рентабельность собственного капитала (формула 3) — это условный показатель эффективности деятельности, частное от деления чистой прибыли, полученной за определенный период, на собственный капитал предприятия. Рентабельность собственного капитала показывает отдачу на инвестиции акционеров с точки зрения учетной прибыли.

$$P_{\text{соб.кап.}} = \frac{Ч_{\text{пр}}}{И_{\text{т3}}} \times 100\%, \quad (3)$$

где $Ч_{\text{пр}}$ – Чистая прибыль (убыток);

$И_{\text{т3}}$ – ИТОГО по разделу 3.

4. Рентабельность оборотных активов (формула 4). Она показывает, насколько предприятие способно генерировать прибыль за счет имеющихся в ее распоряжении ликвидных средств. На ее рост положительно влияют такие факторы, как: увеличение чистой прибыли, снижение стоимости материалов, повышение цен на продукцию, рост оборачиваемости активов.

$$P_{\text{обр.акт.}} = \frac{Ч_{\text{пр}}}{И_{\text{т2}}} \times 100\%, \quad (4)$$

где $И_{\text{т3}}$ – ИТОГИ по разделу 2.

5. Рентабельность основной деятельности (формула 5), выражает эффективность любого процесса на производстве. Установленная

рентабельность прибыли, формула вывода ее характеризует предприятие в целом и каждое направление работы в отдельности.

$$P_{\text{осн.ср.}} = \frac{Ч_{\text{пр}}}{O_{\text{сн.ср.}}} \times 100\%, \quad (5)$$

где $O_{\text{сн.ср.}}$ – Основные средства.

Когда показатели рентабельности растут на протяжении нескольких лет, это свидетельствует об эффективности управления, показывает способность предприятия получать прибыль в настоящем и будущем. Однако если уровень рентабельности недостаточно высокий, тогда желательно разработать план мероприятий для улучшения показателя [54, с. 23].

Таким образом, в современных рыночных условиях существует два подхода формирования прибыли – в соответствии с бухгалтерским и налоговым учетом. В данной работе при прогнозировании и планировании выбранной организации будет использоваться бухгалтерский подход формирования прибыли предприятия, а также коэффициенты рентабельности для анализа экономической эффективности.

1.3 ЭТАПЫ И ХАРАКТЕРИСТИКА МЕТОДОВ ПЛАНИРОВАНИЯ И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Как показывает зарубежный опыт, именно детальное планирование ожидаемых результатов деятельности позволяет фирмам выжить, развиваться и побеждать в конкурентной борьбе.

На данном этапе работы важно рассмотреть отличие между такими понятиями, как прогнозирование, планирование и бюджетирование.

Планирование и прогнозирование прибыли предприятия – это далеко не одно и то же; это термины, обозначающие разные элементы управления. План – директивное понятие, это задача, которую предприятие ставит себе на

предстоящий период, задача, которую необходимо выполнить. Прогноз – предположение о том, что в некой перспективе предприятие получит определенный объем прибыли. Прогноз – это не задача, которую необходимо выполнить, это именно предположение о том, как может развиваться бизнес. В отличие от планирования, прогнозирование оперирует не точными, а предполагаемыми данными.

Бюджетирование же – это основа планирования и принятия управленческих решений на предприятии. Отличительная особенность бюджетирования в том, что в нем заложена возможность контроля экономического положения и количественных результатов работы предприятия. Если финансовое планирование ставит общие цели, то бюджетирование позволяет разработать практические способы их достижения. Все эти три направления взаимосвязаны: одно не может существовать без другого.

Важной функцией управления прибылью является расчет плановой прибыли. Величина плановой прибыли должна быть экономически обоснованной, достаточной для своевременного выполнения в полном объеме всех обязательств предприятия, а также обеспечивать его постоянное развитие [26, с. 55].

В.А. Белкина определяет планирование финансового результата компании (прибыли) как процесс формирования плана мероприятий и задач, которые необходимо реализовать и выполнить для получения прибыли в соответствии со стратегией развития предприятия на определенный предстоящий период времени [33, с. 8]. Планирование прибыли выступает ключевым аспектом управления прибылью предприятия и представляет собой процесс разработки системы мероприятий по обеспечению формирования прибыли в необходимом объеме и эффективному использованию в соответствии с целями и задачами развития предприятия [15, с. 61].

Задачами планирования прибыли являются:

— экономическое доказательство выгоды предпринимательских действий по достижению стратегических целей;

— экономическая оценка плана маркетинга и функциональных планов;
— перспективное стимулирование собственников и трудового коллектива компании [25, с. 105].

Процесс планирования прибыли делится на перспективное, текущее и оперативное [7, с. 45]. В условиях стабильно развивающейся экономики прибыль планируется на период от 3 до 5 лет (перспективное планирование), при относительно стабильных ценах и прогнозируемых условиях хозяйствования распространено текущее планирование в рамках 1 года. При нестабильной экономической ситуации планирование возможно на кратковременный период – квартал, полугодие (оперативное планирование) [42, с. 68].

Процесс планирования прибыли компании осуществляется последовательно в несколько этапов, которые представлены в таблице 4.

Таблица 4 – Этапы планирования прибыли предприятия¹

Этап	Содержание этапа	Характеристики этапа
1	2	3
Предварительный этап		
1 Определение объекта и предмета исследования	Выбор предмета и объекта планирования	Предмет – процесс планирования прибыли на предприятии. Объект – прибыль предприятия.
2 Постановка целей и определение задач планирования	Определение целей	Цель – планирование прибыли на основе объективной информации состояния и развития предприятия, определение возможностей предприятия в финансировании своих потребностей.
	Постановка задач	1. Изучение экономических предпосылок планирования всех видов прибыли. 2. Планирование общего объема прибыли и прибыли по видам деятельности. 3. Разработка мероприятий по увеличению прибыли и эффективному ее использованию.

¹ Составлено автором по: [25]

Окончание таблицы 4

1	2	3
3 Сбор и анализ информации о состоянии и развитии прибыли и факторов ее определяющих	Определение круга необходимой информации	1 О состоянии и развитии прибыли по общему объему и видам деятельности. 2 Уровень и динамика факторов, формирующих прибыль предприятия.
	Определение источников информации и создание ее банка	1. Первичная информация (опрос потребителей, работников, поставщиков). 2. Вторичная информация (бухгалтерская отчетность, статистические данные, публикации в периодической печати).
Основной этап		
4 Планирование прибыли	Выбор методов планирования	1. Количественные методы. 2. Качественные методы.
	Планирование прибыли на основе выбранных методов	1 Планирование общего объема и каждого вида прибыли. 2. Расчет рентабельности предприятия 3. Планирование распределения прибыли. 4. Оценка эффективности использования планируемой прибыли.
	Выбор оптимального объема прибыли на планируемый период	1. Выбор критериев и их обоснование. 2. Оценка плановых показателей прибыли по выбранным критериям.
Заключительный этап		
5 Определение перспектив развития и принятие управленческого решения	Предоставление результатов исследования	Результаты планирования представляются в наглядном виде (таблицы, диаграммы, расчетные коэффициенты).
	Принятие управленческого решения	1. Определение приоритетных направлений увеличения и использования прибыли. 2. Разработка плана мероприятий по достижению запланированной прибыли.

Из таблицы 4 можно заметить, что основной этап планирования прибыли предприятия состоит в выборе метода и соответствующих ему расчетов.

Выделяют количественные и качественные методы планирования прибыли. Среди количественных методов наиболее распространены следующие методы:

1. Метод прямого счета (на основе бюджетирования). При данном методе прибыль исчисляется как разница между выручкой от реализации продукции (за вычетом НДС и акцизов) и полной ее себестоимостью. Расчет осуществляется по основной формуле нахождения прибыли [12, с. 204]:

$$\Pi = B - S - H = (O \cdot Ц) - (O \cdot C), \quad (6)$$

где Π – прибыль от реализации, руб.;

B – выручка от реализации, руб.;

S – полная себестоимость продукции, руб.;

H – налоги (НДС, акцизы), руб.;

O – объем выпуска продукции в планируемом периоде в натуральном выражении;

$Ц$ – цена на единицу продукции (за вычетом НДС, акцизов, скидок), руб.;

C – полная себестоимость единицы продукции, руб.

Объем реализуемой продукции предстоящего планового периода в натуральном выражении определяется как сумма остатков нереализованной продукции на начало планируемого периода и объема выпуска товарной продукции в течение планируемого периода без остатков готовой продукции, которые не будут реализованы в конце периода.

К достоинствам метода следует отнести простоту и надежность расчетов. В то же время недостаткам метода прямого счета относят: недостаточную ориентированность на достижение целевых показателей уровня операционной рентабельности и одновариантность планируемых показателей, зависимость от точных прогнозных величин

2. Аналитический метод планирования прибыли. Сущность метода заключается в том, что прибыль рассчитывается по всей продукции в целом на основании прибыли за предшествующий год (базовой прибыли), скорректированной в зависимости от действия факторов, влияющих на ее величину (объем реализации, уровень себестоимости, цены, налоговые ставки).

Исчисление прибыли аналитическим методом состоит из трех этапов:

– расчет базовой рентабельности как частного от деления ожидаемой прибыли за отчетный год на полную себестоимость (формула 7):

$$P_{б} = \frac{П_0}{C_0} \quad (7)$$

– определение объема товарной продукции в плановом периоде по себестоимости отчетного года и определение прибыли планируемого года на товарную продукцию, исходя из базовой рентабельности (формула 8):

$$П_p = C_p \times P_{б} \quad (8)$$

– учет влияния на плановую прибыль факторов (каждого в отдельности): изменения себестоимости продукции, качества продукции, структуры выпуска, цен на продукцию. Влияние перечисленных факторов на плановую прибыль выражается следующей формулой 9:

$$ППЛ = СП/ПЛ \cdot РБ + \Delta B + \Delta C + \Delta A + \Delta Ц, \quad (9)$$

где ППЛ – планируемая прибыль от реализации, руб.;

СП/ПЛ – полная плановая себестоимость реализованной продукции, руб.

РБ – базовая рентабельность отдельных групп продукции;

ΔB – влияние изменения товарного выпуска в сопоставимых ценах, руб.;

ΔC – влияние изменения себестоимости товарной продукции, руб.;

ΔA – влияние структурного сдвига в товарном выпуске, руб.;

$\Delta Ц$ – влияние изменения продажных цен на продукцию предприятия, руб.

Аналитический метод планирования прибыли применяется при большом ассортименте выпускаемой продукции, а также как дополнение к прямому методу в целях его проверки и контроля [46, с. 115]. Метод может применяться на любой период и не имеет ограничений в применении. Недостатки аналитического метода планирования заключаются в следующем: используется большое число показателей, участвующих в расчете; носит вероятностный характер.

3. Метод взаимосвязи выручки, затрат и прибыли (метод «директ-костинг»). Основой метода является группировка затрат на переменные и

постоянные. Связь между объемом продаж и структурой издержек показана на рисунке 3.

Предприятие будет получать прибыль, если объем продаж будет превышать критический объем выручки (Q_{кр}). Метод позволяет рассчитывать различные варианты прогнозных величин прибыли, что является достоинством метода. К недостаткам метода исследователи относят то, что предприятию необходимо знать экстремальное значение объема выручки и уровень переменных затрат, выше которого нельзя заходить, чтобы не попасть в зону убытков.

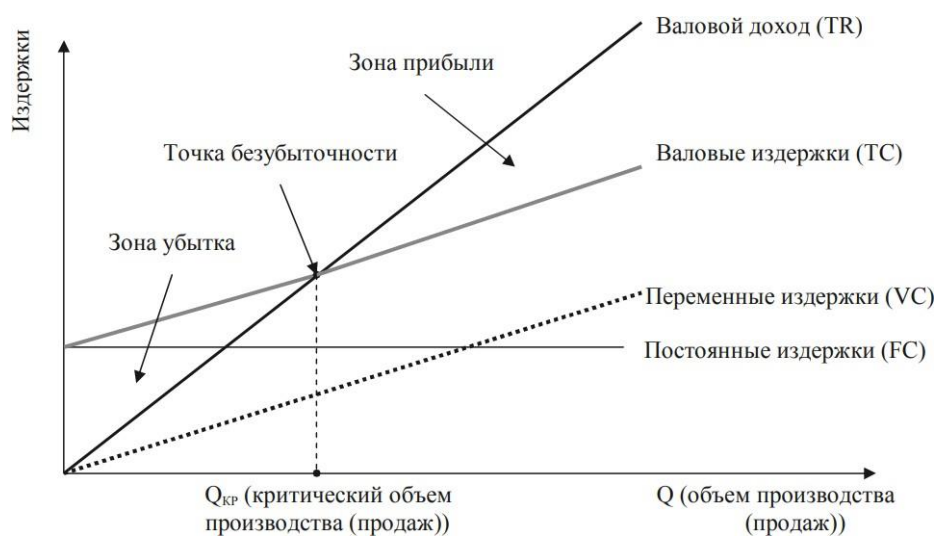


Рисунок 3 – Определение критического объема выручки [35]

К качественным методам планирования прибыли относятся [18, с. 191]:

а) Нормативный метод – основывается на расчетах плановой прибыли с помощью нормативов. В качестве нормативов обычно используются: норма прибыли на собственный капитал; норма прибыли на активы предприятия; норма прибыли на единицу реализуемой продукции.

К достоинствам метода относится простота расчетов. Из недостатков можно отметить отсутствие возможности использования в многовариантных расчетах суммы прибыли.

б) Метод экспертных оценок – основан на использовании результатов анализа достигнутой величины исследуемого показателя, принимаемого за базу, и индексов его изменения в плановом периоде.

Величина возможного размера прибыли при использовании данного метода определяется по следующей формуле 10:

$$ПВ = УРПБ \cdot РПЛ \pm \Delta ПФ, \quad (10)$$

где ПВ – величина возможного размера прибыли от реализации, руб.;

УРПБ – уровень рентабельности продаж в отчетном периоде, %;

$\Delta ПФ$ – изменение прибыли от изменения влияющих на нее факторов, руб.

Достоинством метода является простота расчетов. К недостаткам метода относятся: субъективность мнений экспертов; степень влияния факторов на размер прибыли в отчетном периоде может не совпадать с их влиянием в планируемом периоде.

Обязательным при разработке плана является соблюдение условия на формуле 11, так как плановая прибыль не должна быть меньше фактической:

$$П_{\min} \geq ПФ, \quad (11)$$

где ПФ – фактическая прибыль отчетного года, руб.

Критерии выбора метода планирования финансовых результатов выглядят, как представлено в таблице 5.

Таблица 5 – Критерии выбора метода планирования финансовых результатов (прибыли) организации¹

Критерии	Содержание критерия
Сложность (простота) расчета	Простота расчетов является явным преимуществом использования методов планирования. Но чем крупнее предприятие, тем более сложный и многофакторный подход применяется.
Актуальность	Стоит учитывать не только те факторы, которые влияют на экономические показатели в данный момент и текущий период, но и предвидеть экономические факторы и обстоятельства, которые могут появиться в процессе осуществления плана
Точность данных	Результат должен максимально соответствовать рыночным реалиям и положению дел на рынке.

Менеджмент компании выбирает самостоятельно тот метод планирования финансовых результатов, который наиболее полно подходит для данного

¹ Составлено автором

конкретного предприятия, с учетом размеров компании, выбранных направлений деятельности и отраслевых особенностей функционирования [48, с. 78].

Прогнозирование прибыли включает три основных этапа.

1. Выявление специфических финансовых показателей, определяющих наиболее вероятный прогноз. Обычно объем продаж и величина реализационного дохода являются первыми показателями, так как реализационный доход - один из важнейших элементов финансового планирования.

2. Выбор приемлемого метода прогнозирования прибыли. Методы финансового прогнозирования широко варьируются используемыми допущениями и используемыми данными.

3. Проверка предположений, используемых при прогнозировании прибыли предприятия. Все прогнозы базируются на тех или иных предположениях.

Существует множество различных методов прогнозирования. Можно выделить следующие группы методов прогнозирования прибыли: метод маржинального анализа, экономико-математические и математико-статистические методы, методы факторных моделей, эвристические и другие [53, с. 3]. К первой группе методов относятся расчет точки безубыточности, планирование на основе предельных издержек и предельного дохода, эффекта операционного рычага [45, с. 50].

Точка безубыточности (ТБ) – это объем продаж, при котором прибыль организации равна нулю. Расчет осуществляется по формуле 12.

$$ТБ = \frac{\text{Совокупные постоянные издержки}}{\text{Цена единицы} - \text{Переменные издержки на единицу}} \quad (12)$$

Далее рассчитывается запас финансовой прочности как разница между фактическим объемом продаж и объемом продаж, соответствующим точке безубыточности. Он определяет, насколько предприятие может без потери прибыли снизить объем выпуска продукции [53, с. 24].

Ниже указана таблица 6 с плюсами и минусами маржинального метода для прогнозирования прибыли предприятия.

Стоит отметить, что даже при учете того, что с помощью маржинального анализа можно спрогнозировать размер прибыли, применить этот метод внешний пользователь для данной цели не сможет, так как у него не будет информации о издержках (постоянных и переменных), о ценах в бухгалтерской отчетности.

Таблица 6 – Преимущества и недостатки маржинальных методов при прогнозировании финансовых результатов (прибыли) предприятия¹

Преимущества	Недостатки
Можно точно посчитать оказание влияния факторов на изменение показателей и эффективнее управлять процессом прогнозирования финансовых результатов предприятия	Проблематично разделить общие переменные затраты среди отдельных видов товаров при производстве с множеством номенклатур
Можно посчитать степень чувствительности к изменению факторов внешней и внутренней среды, также посчитать нужный объем продаж для достижения планируемого финансового результата	Проблематично разделить косвенные затраты, которые относятся на общую (основную) деятельность компании.

Традиционные методы в настоящее время не являются продуктивными, так как требуют слишком большого объема информации для построения моделей, что делает их не только неудобными в применении внешних пользователей из-за отсутствия ряда показателей, но и для внутренних пользователей, у которых доступ к данным предприятия имеется.

Экономико-математические методы прогнозирования показателей финансового результата компании состоят в выявлении математической закономерности развития показателя, а также построения на данной основе модели развития показателя в будущем периоде (периодах).

¹ Составлено автором

Однако по данному методу необходимо собирать большие информационные базы данных и приводить их в сопоставимый для прогнозирования вид, то есть при необходимости составить прогноз на период 7-10 лет, необходимо будет собрать информационную базу за такой же период. Это, безусловно, можно отнести к недостаткам описанного метода. Также можно из недостатков отметить сложность в определении параметров уравнения, которое необходимо использовать для прогнозирования финансового результата компании.

Из-за перечисленных выше недостатков предприятия чаще всего останавливают свой выбор на методе факторного анализа, который является частью экономико-математического метода.

Факторную модель можно представить в следующем виде прогнозирования прибыли от продаж (формула 13) [35, с. 215]:

$$\text{Ппр} = \text{По} \pm \text{ОП} \pm \text{СС} \pm \text{РПер} \pm \text{РПост} \pm \text{Ц}, \quad (13)$$

где Ппр – прогнозируемая прибыль;

По – прибыль базисного периода;

ОП – влияние изменения объема продаж;

СС – влияние структурного сдвига в объеме продаж;

РПер – влияние изменения переменных расходов;

РПост – влияние изменения постоянных расходов;

Ц – влияние изменения продажных цен на продукцию компании.

Далее на основе факторной модели можно спрогнозировать такой показатель, как прибыль до налогообложения по аддитивной модели, формула 14 представлена ниже.

$$\text{Пно} = \text{По} \pm \text{Ппр} \pm \text{Сдр}, \quad (14)$$

где Пно – прогнозируемая прибыль до налогообложения;

Ппр – влияние изменения прибыли от продаж;

Сдр – сальдо по прочим доходам и расходам.

Данный метод можно назвать сложным в связи с тем, что по его модели необходимо использовать данные об издержках (постоянных и переменных), а

это в свою очередь ограничивает внешних пользователей в ее использовании. Остальные плюсы и минусы этого метода автор перечислил в таблице 7.

Важно указать, что метод факторной модели может учитывать лишь внутренние факторы формирования прибыли предприятия, выбор же данных факторов зависит от самой модели. Примеры факторов: прибыль от обычных видов деятельности и от прочих видов деятельности предприятия с последующей детализацией, которая в свою очередь может различаться.

Таблица 7 – Преимущества и недостатки факторных методов при прогнозировании прибыли компании¹

Преимущества	Недостатки
Возможность определить факторы, которые влияют на изменение финансового результата, и воздействовать на них соответствующим образом	Сложно применять при значительных изменениях структуры затрат в выручке
Возможность расчета при малой информационной базе	Невозможно учесть ранние изменения значений показателей
Благоприятная основа для программирования с использованием компьютеров	Необходимо привлекать данные о постоянных и переменных издержках

Основываясь на статье Порядиной И.В., Алина Г.Б. и Кабашевой Н., можно выделить расчетно-аналитический метод, который часто применим на практике и подробно описан в статье. В ней авторы ссылаются на экономиста А.С. Кокина, который выделял прогнозирование отчета о финансовых результатах, и также писал, что «наиболее часто используемой технологией является расчет отношения к выручке», имея в виду, что основные статьи данного отчета изменяются пропорционально объемам продаж» [31, с. 15]. Этот метод еще можно назвать методом пропорциональной зависимости. Для его использования первым делом нужно спланировать увеличение выручки, прогноз других показателей осуществляется следующим образом:

– определяется доля статей расходов в отчете о финансовых результатах в общей величине выручке в отчетном периоде;

¹ Составлено автором

– прогнозная величина расходов рассчитывается путем перемножения полученной доли отчетного периода на прогнозное значение выручки;

– путем вычитания расходов организации из выручки определяется величина прибыли организации, ожидаемой в будущем периоде.

Математико-статистический метод – это метод прогнозирования временных рядов на будущее, он предполагает экстраполяцию и интерполирование в будущее. Расчет среднегодового темпа роста осуществляется на основе формулы средней геометрической [50, с. 240].

Метод линейной экстраполяции можно считать подвидом метода экстраполяции, при нём прогноз величины считается на основании среднего прироста либо снижения показателя, который исследуется, (формула 15):

$$\Delta Y = (Y_1 + Y_2 + Y_3 + \dots + Y_n) / n, \quad (15)$$

где ΔY – средний прирост/снижение показателя;

Y_n – значение прироста/снижения показателя в период n ;

n – число периодов.

Для расчета прогнозного значения показателя ($Y_{\text{прогноз}}$) используется формула 16:

$$Y_{\text{прогноз}} = Y_n + \Delta Y \quad (16)$$

Для расчета методом экстраполяции трендов нужно исключить случайный фактор и построить основную линию тренда. Для этого метода понадобится большой объем информационной базы, также рекомендовано брать показатели за несколько лет. Остальные плюсы и минусы перечислены в таблице 8.

Таблица 8 – Преимущества и недостатки математико-статистических методов при прогнозировании прибыли¹

Преимущества	Недостатки
Удобство применения программного обеспечения	Эффективный прогноз строится лишь на краткосрочную перспективу
Точный результат при большом количестве эмпирических данных	Нет высокой достоверности и устойчивости из-за воздействия случайных колебаний данных

¹ Составлено автором

Эвристические методы – система принципов, которые задают наиболее вероятностные стратегии и тактики деятельности. Эвристические методы могут учитывать как внутренние, так и внешние факторы формирования финансовых результатов. Другие плюсы и минусы этого метода в таблице 9.

Таблица 9 – Преимущества и недостатки эвристических методов при прогнозировании финансовых результатов¹

Преимущества	Недостатки
Возможность использования для прогнозирования не только абсолютных показателей, но и для оценки коэффициентов, для разработки весовых значений	Отсутствие или низкая степень ответственности экспертов за данный ими прогноз
Быстрое принятие решений	Высокий уровень зависимости от профессионального суждения эксперта
Возможность вовлечения в процесс специалистов из различных областей (руководители, специалисты бухгалтерского, экономического, маркетингового направлений)	Сложность применения при краткосрочном прогнозе

Вид эвристических методов, Метод Дельфи, по мнению автора данной работы, может быть достаточно успешным выбором при прогнозировании тех или иных показателей, хоть и носит больше субъективный характер. Это связано с тем, что для усреднения показателя привлекаются различные специалисты организации, которые могут учитывать больше факторов, чем это сделал бы какой-либо математический анализ или внешний пользователь (приобретение новых компаний, увольнение/принятие новых директоров, перевод на другую политику и т.д.). Суть метода в том, чтобы с помощью серии последовательных действий – опросов, интервью, мозговых штурмов – добиться максимального согласования в выборе наиболее эффективного решения.

Одним из наиболее перспективных подходов к прогнозированию финансовых результатов является имитационное моделирование. Под имитационной моделью понимается расчет прогнозных форм отчетности,

¹ Составлено автором

полностью моделирующих будущую деятельность предприятия. Имитационные модели позволяют спрогнозировать несколько вариантов развития ситуации, благодаря чему можно увидеть, какие последствия могут возникнуть при изменении тех или иных показателей.

В качестве примера была разработана схема, представленная на рисунке 4. Данная схема может использоваться как основа для создания имитационной модели. Она учитывает внутренние и внешние факторы, а также качественные и количественные характеристики и отражает взаимосвязь факторов.

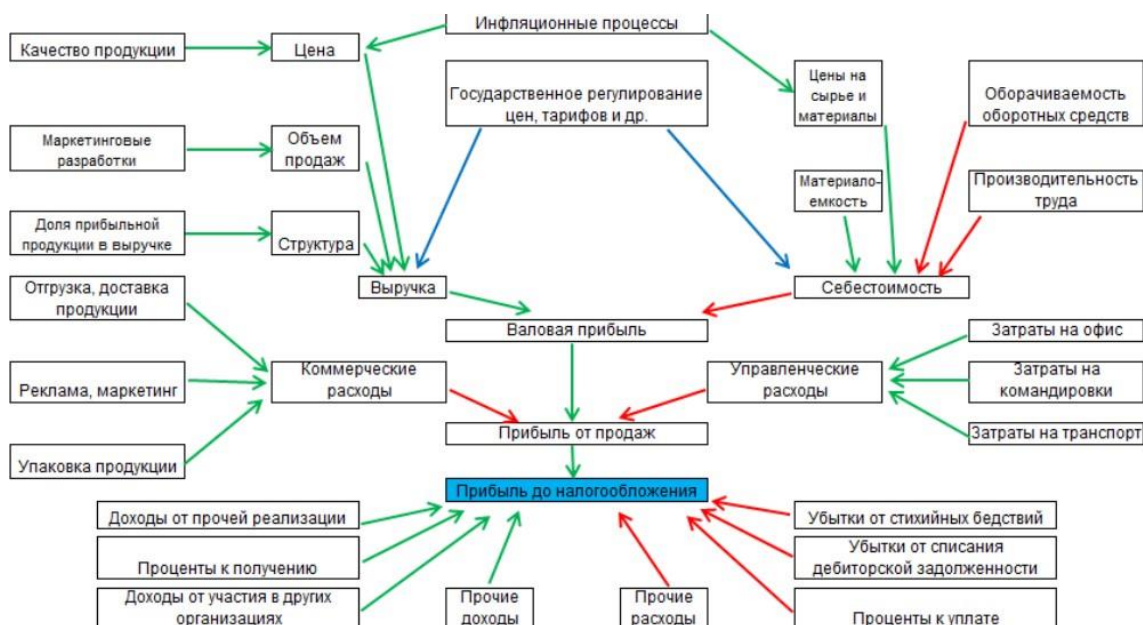


Рисунок 4 – Схема построения имитационной модели прогнозирования финансовых результатов¹

Наиболее эффективным является использование методов в комбинации, таким образом можно снизить некоторые недостатки одних методов и использовать преимущества других методов.

С целью дополнительного проведения анализа вышеперечисленных методов прогнозирования прибыли автором работы были выделены следующие критерии для сравнения.

Первый критерий – степень трудоемкости, заключается в количестве этапов, необходимых для осуществления прогнозирования, детализации

¹ Составлено автором

показателей деятельности организации, а также в необходимости учета внешних факторов.

Следующий критерий – универсальность, состоящий из возможности использования мелкими/крупными предприятиями; применимости для компаний с узкой/широкой номенклатурой; возможности использования для отдельных групп товаров.

Одним из главных критериев следует определить доступность применения методики внешними пользователями [28, с. 220].

Для проведения сравнительного анализа методов прогнозирования прибыли автором работы была составлена таблица 10.

Таблица 10 – Сравнительный анализ методов прогнозирования прибыли¹

Метод прогнозирования прибыли	Степень трудоемкости	Универсальность метода:			Возможность использования внешними пользователями
		возможность использования мелкими/крупными компаниями	применимость для организаций с узкой/широкой номенклатурой т.р.у.	применимость для отдельных групп товаров	
Маржинальный анализ	Низкая	+/+	+/+	+	-
Метод прямого счета	Низкая	+/-	+/-	+	-
Аналитический метод	Средняя	+/+	+/+	+	-
Нормативный метод	Высокая	+/+	+/+	+	-
Факторная модель	Средняя	+/+	+/-	+	-
Метод пропорциональной зависимости	Низкая	+/+	+/+	+	+
Метод экстраполяции	Низкая	+/+	+/+	+	+
Эвристические методы	Низкая	+/+	+/+	+/+	-

¹ Составлено автором

Анализ методов прогнозирования позволил выявить, что некоторые показатели недоступны для внешних пользователей по причине необходимости соблюдения коммерческой тайны. На основании изученного материала автору следует использовать более простые методы прогнозирования финансового результата компании. Также сравнительная таблица методов прогнозирования финансового результата компании позволяет сделать вывод, что преимущественное количество методов достаточно универсальны, но лишь два метода из описанных в этой статье можно использовать внешним пользователям (метод экстраполяции, метод пропорциональной зависимости).

Достоинством метода экстраполяции является его простота, а недостатком – вероятностный характер и невозможность применения в условиях изменчивой среды, при появлении новых влиятельных факторов.

Автор работы характеризует метод пропорциональной зависимости простым и достаточно удобным для прогнозирования прибыли, однако для ряда показателей, к примеру, некоторых статей производственных затрат, выявить зависимости будет трудно и это займет достаточно много времени.

Таким образом, планирование прибыли имеет большое значение для предприятия. Основными методами планирования прибыли являются: метод прямого счета, аналитический метод, метод взаимосвязи выручки, затрат и прибыли, нормативный метод, метод экспертных оценок. Нижний предел плановой прибыли ограничен минимальным ее размером, а верхний ограничений не имеет, он всегда должен стремиться к максимуму.

Овладение методами финансового прогнозирования — актуальная задача всех органов управления, осуществляющих планирование. Прогнозирование не дает конкретных рекомендаций, а лишь определяет возможные пути достижения поставленных целей. Более привлекательным для расчета прогнозного и планируемого значения прибыли предприятия по мнению автора работы является маржинальный метод, метод экстраполяции и метод среднего абсолютного прироста.

2 ОРГАНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ ПЛАНИРОВАНИЯ И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ»

2.1 ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ»

Объектом исследования является ООО «УЭХК-Телеком». До 2010 года данное предприятие являлось структурным подразделением ОАО «УЭХК» (Уральский электрохимический комбинат – предприятие Государственной корпорации «Росатом»). Общая характеристика предприятия показана в таблице 11.

Таблица 11 – Характеристика предприятия ООО «УЭХК-Телеком»¹

Характеристика	Данные
ИНН/КПП	6629026082/ 668201001
Уставной капитал	7 769 тыс. руб.
Количество учредителей	2
Дата регистрации	11.10.2010
Статус	действующее
Виды деятельности	61.10 Деятельность в области связи на базе проводных технологий
Налоговый режим	общий налоговый режим

Данное предприятие состоит в реестре субъектов малого и среднего предпринимательства с 10.08.2018, как среднее предприятие [58]. Согласно выписке из ЕГРЮЛ размер уставного капитала составляет 7 769 тыс. рублей, что соответствует данным, отраженным в бухгалтерском балансе.

¹ Составлено автором по: [58]

Оператор связи оказывает весь комплекс телекоммуникационных услуг физическим и юридическим лицам на территории Новоуральского городского округа, включая сельские населенные пункты.

- услуги местной телефонной связи;
- телематические услуги связи (доступ в Интернет);
- услуги связи для целей кабельного телевидения;
- услуги по присоединению и пропуску трафика сторонних операторов связи;
- другие услуги (услуги по монтажу, ремонту и техническому обслуживанию средств обеспечения охранной и пожарной безопасности; услуги по прокладке линий связи, включая взаимосвязанные вспомогательные работы; информационно-справочные услуги).

Стоит отметить, что в настоящее время рынок Интернета одновременно с высокой конкуренцией характеризуется постоянно возрастающим спросом. Вместе с тем, организация и развитие данного бизнеса является довольно непростой задачей.

Компания обеспечивает телефонной связью 41 тысячу абонентов, оказывает услуги кабельного телевидения 10 тысячам абонентов, доступ к Интернет - 3 тысячам пользователей, обеспечивает работоспособность 44 мини-АТС и 23 тысячи единиц оборудования охранно-пожарной сигнализации.

Своими целями ООО «УЭХК-Телеком» считает:

- осуществление деятельности в качестве экономически эффективной и конкурентоспособной Компании на рынке телекоммуникационных услуг;
- предоставление клиентам услуги с гарантированным стабильно высоким уровнем качества, соответствующим их ожиданиям.

Стратегией достижения поставленных целей является [3]:

- ориентация компании на процессную модель управления и непрерывное совершенствование структуры Компании соответствии с требованиями рынка;

- разработка и внедрение новых видов услуг, максимально полно удовлетворяющих запросы Клиентов;
- строгий контроль за обеспечением качества предоставляемых услуг на всех стадиях их жизненного цикла;
- привлечение каждого работника к участию в совершенствовании процесса предоставления услуг связи;
- совершенствование системы мотивации сотрудников Компании, создание благоприятных условий для труда и профессионального роста.

Организационная структура компании представлена на рисунке 5.

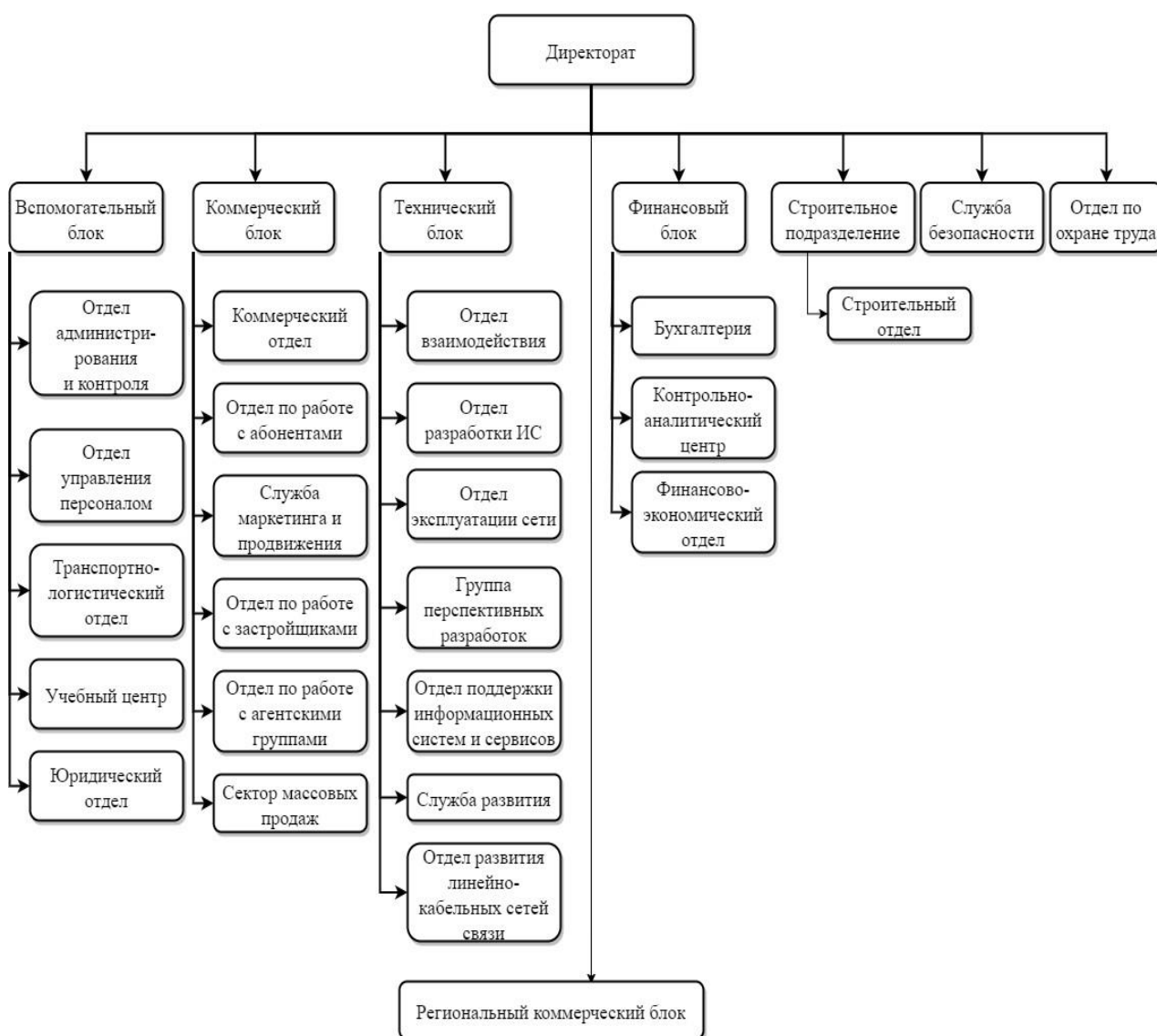


Рисунок 5 – Организационная структура ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ»¹

¹ Составлено автором

Организационная структура компании относится к линейно-функциональному типу и в силу этого имеет определенные преимущества и ограничения.

Преимущества:

- быстрое осуществление действий по распоряжениям и указаниям, отдающимся вышестоящими руководителями нижестоящим;
- рациональное сочетание линейных и функциональных взаимосвязей;
- стабильность полномочий и ответственности за персоналом.

Недостатки:

- дублирование функций руководителя и функциональных специалистов в процессе управленческой деятельности;
- нежелание руководителей брать на себя ответственность за принимаемые решения;
- возникновение внутрипроизводственных барьеров, ограничивающих рамки заинтересованности функциональных подразделений в эффективном развитии производства;
- разногласия между линейными и функциональными службами;
- противодействие линейных менеджеров работе функциональных специалистов;
- неправильное толкование информации, передаваемой линейным исполнителям функциональными менеджерами.

Таким образом, отмечаемые недостатки лежат не в плоскости конкретной линейной организационной структуры управления, а в плоскости организации работ предприятия, и могут быть устранены заменой части бюрократических элементов.

В условиях рыночной экономики, проведение финансового анализа организации отражает изменения в размещении денежных средств и источников их покрытия. Это необходимо в связи с тем, что современные компании отличаются экономической самостоятельностью и несут в полной мере

ответственность за свою деятельность. Каждая организация стремится к проведению сбалансированной политики по поддержанию и укреплению финансового состояния платежеспособности и финансовой устойчивости. Финансовое состояние компании включает обеспеченность необходимыми финансовыми ресурсами, их движение и эффективность использования, финансовые взаимоотношения с контрагентами, платежеспособность организации. Это совокупный результат производственно-хозяйственных факторов.

Главная цель финансового анализа – это объективная оценка использования финансовых ресурсов, на основе которой выявляются резервы укрепления финансового состояния организации и ее платежеспособности.

Основой для проведения анализа финансового состояния ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ», стала публичная отчетность. А именно:

- Бухгалтерский баланс (форма №1);
- Отчет о финансовых результатах (форма №2).

Проведем анализ финансового положения ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ». Финансовое состояние ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» анализировалось за период с 31.12.2017 по 31.12.2019 г. Основным источником для проведения финансового анализа является бухгалтерский баланс организации. Он отражает состояние имущества, собственного капитала и обязательств субъекта. Качественная оценка значений финансовых показателей ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» проводилась с учётом отраслевых особенностей деятельности компании (отраслью является связь). Анализ бухгалтерского баланса ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» за 2017–2019 годы представлен в таблице 12.

Из рассчитанных значений долей в валюте баланса можно увидеть, что за анализируемый период (2017–2019 гг.) выросла на 38% доля финансовых вложений и снизилась на 37% доля денежных средств в валюте баланса, других значительных изменений в структуре активов за анализируемый период не было. Изменение доли финансовых вложений и денежных средств связано с предоставлением займа другой организации. Если рассматривать структуру

пассивов, то стоит отметить, что произошло снижение доли нераспределённой прибыли в валюте баланса за анализируемый период на 8% и повышение на 10% доли кредиторской задолженности, что можно отнести к отрицательным изменениям.

Таблица 12 – Анализ бухгалтерского баланса ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» за 2017–2019 гг. [4]¹

Наименование показателя	Значение показателя					Изменение, тыс. руб.	Темп роста, %
	в тыс. руб.			доля в валюте баланса			
	2017 год	2018 год	2019 год	на начало анализир. периода (31.12. 2017)	на конец анализир. периода (31.12. 2019)		
1	2	3	4	5	6	7	8
Активы							
1. Внеоборотные активы	36 937	46 348	51 137	38%	34%	14 200	138%
Нематериальные активы	20	20	20	0%	0%	0	100%
Основные средства	36 860	46 289	51 038	38%	34%	14 178	138%
Прочие внеоборотные активы	57	39	79	0%	0%	22	139%
2. Оборотные активы	61 020	74 473	97 375	62%	66%	36 355	160%
Запасы	2 535	1 853	2 699	3%	2%	164	106%
НДС по приобретенным ценностям	36	44	29	0%	0%	-7	81%
Дебиторская задолженность	18 990	22 021	33 014	19%	22%	14 024	174%
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	0	45 000	56 725	0%	38%	56 725	
Денежные средства и денежные эквиваленты	39 198	5 490	4 815	40%	3%	-34 383	12%
Прочие оборотные активы	261	65	93	0%	0%	-168	36%

¹ Составлено автором по: [4]

Окончание таблицы 12

1	2	3	4	5	6	7	8
Пассивы							
3. Капитал и резервы	81 534	98 042	107 231	83%	72%	25 697	132%
Уставной капитал (складочный капитал, уставной фонд, вклады товарищей)	7 769	7 769	7 769	8%	5%	0	100%
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	73 765	90 273	99 462	75%	67%	25 697	135%
4. Долгосрочные обязательства	1 909	2 627	2 761	2%	2%	852	145%
Отложенные налоговые обязательства	1 909	2 627	2 761	2%	2%	852	145%
5 Краткосрочные обязательства	14 514	20 152	38 520	15%	26%	24 006	265%
Кредиторская задолженность	14 031	18 193	35 421	14%	24%	21 390	252%
Оценочные обязательства	483	1 959	3 073	0%	2%	2 590	636%
Прочие обязательства	0	0	26	0%	0%	26	
Валюта баланса	97 957	120 821	148 512	100%	100%	50 555	152%

Анализ структуры финансовых обязательств говорит о преобладании краткосрочных источников в структуре заемных средств, что является негативным фактором, который характеризует неэффективную структуру баланса и высокий риск утраты финансовой устойчивости.

Далее стоит проанализировать динамику изменения основных статей активов ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ». За анализируемый период в активах предприятия из значительных изменений можно заметить рост основных средств на 14,2 млн руб. или 38%, рост дебиторской задолженности на 14 млн руб. или 74%. Увеличение дебиторской задолженности может рассматриваться как негативное изменение структуры баланса. Возможно, у компании возникли проблемы с оплатой предоставленных услуг. Пояснение по поводу изменений статьи финансовых вложений (рост на 54 млн руб.) и денежных средств

(снижение на 34 млн руб. или 88%) были даны выше при анализе структуры баланса. Итак, анализ активов показал, что произошло изменение за счет роста суммы внеоборотных активов на 14,2 млн руб. или на 38%, и роста суммы текущих активов на 36,4 млн руб. или на 60%. С финансовой точки зрения это свидетельствует о положительных результатах, так как имущество стало более мобильным.

Среди статей пассивов ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» стоит обозначить рост нераспределенной прибыли на 35% или, в денежном эквиваленте, на 25,7 млн руб. Данный рост говорит о расширении возможностей пополнения оборотных средств для ведения нормальной хозяйственной деятельности. Также увеличилась кредиторская задолженность на 152% или 21,4 млн руб. Весь объем заемного капитала в анализируемом периоде увеличился на 151% и составил 41,3 млн руб.

В целом, валюта баланса предприятия за анализируемый период увеличилась на 50,6 млн руб. или на 52%, что косвенно может свидетельствовать о расширении оборота. Также, анализируя структуру кредиторской задолженности необходимо выделить, то что у ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» в отчетном году кредиторская задолженность превышает дебиторскую. Таким образом, организация финансирует свою деятельность за счет кредиторов.

2.2. АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ»

На этапе общего анализа финансового состояния предприятия уместен будет вертикальный и горизонтальный анализ динамики показателей финансовых результатов деятельности ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ».

Вертикальный анализ переделывает структуру основных финансовых показателей с целью выявления влияния каждой позиции на результат. Объективный системный анализ формирования, распределения и использования прибыли покажет потенциальные возможности для ее роста. Автором работы была составлена таблица 13 на основании данных отчетности компании (форма № 2).

Как показывают данные таблицы 13, в формировании чистой прибыли ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» помимо выручки и себестоимости значительную роль играют управленческие расходы, они составляют 13,22% от выручки в 2017 году, однако к 2019 году их влияние снижается, так как в 2019 году они составляют только 7,12% от выручки.

Таблица 13 – Вертикальный анализ динамики показателей финансовых результатов ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» за 2017–2019 гг.¹

Наименование показателя	за 2017 год		за 2018 год		за 2019 год	
	тыс. руб.	в % к выручке	тыс. руб.	в % к выручке	тыс. руб.	в % к выручке
Выручка	137 980	100,00	129 407	100,00	119 655	100,00
Себестоимость продаж	109 557	79,40	96 224	74,36	101 864	85,13
Валовая прибыль (убыток)	28 423	20,60	33 183	25,64	17 791	14,87
Коммерческие расходы	29	0,02	0	-	0	-
Управленческие расходы	18 244	13,22	15 055	11,63	8 515	7,12
Прибыль (убыток) от продаж	10 150	7,36	18 128	14,01	9 276	7,75
Проценты к получению	2 162	1,57	2 717	2,10	4 027	3,37
Прочие доходы	937	0,68	1 746	1,35	1 008	0,84
Прочие расходы	1 801	1,31	1 751	1,35	2 432	2,03
Прибыль (убыток) до налогообложения	11 448	8,30	20 840	16,10	11 879	9,93
Чистая прибыль (убыток)	8 903	6,45	16 508	12,76	9 189	7,68

¹ Составлено автором по: [4]

Проценты к получению, напротив, увеличили свою роль на влияние выручки, пусть и незначительно: в 2017 составляли 1,57% в величине выручки предприятия, к 2019 году этот показатель вырос до уровня 3,37%.

Коммерческие расходы, прочие доходы и расходы почти не играют роли в формировании чистой прибыли, так как составляют в сумме от 2% до 2,9% от выручки за анализируемый период.

Перечисленные наблюдения говорят о том, что к 2019 году чистая прибыль ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» преимущественно зависит от выручки и себестоимости продукции, что, на взгляд автора, характеризует деятельность компании прозрачной и легальной.

Весьма эффективными по своим аналитическим возможностям является горизонтальный анализ, представленный в таблице 14, предполагающий сравнение финансовых показателей с предыдущими периодами с целью определения тенденций в развитии предприятия. При его проведении необходимо учитывать влияние инфляции на результаты прошлой деятельности, но так как за анализируемый период инфляция составляла от 2,9% в 2018 году, до 3,7% и 4,5% в 2017 и 2019 гг. [59] соответственно, ее влияние на финансовые результаты можно считать в данном анализе незначительным. Расчеты таблицы 14 показывают динамику финансовых результатов за рассматриваемый период 2017–2019 года.

Данные таблицы 14 демонстрируют следующие результаты: выручка за весь анализируемый период снизилась на 13%, в денежном эквиваленте это снижение составило 18,3 млн руб., данная динамика говорит о снижении объемов продаж.

Себестоимость реализации товаров также имела динамику снижения (7,7 млн руб. или 7%). Данные изменения повлекли за собой падение валовой прибыли на 37% (или 10,6 млн руб.), однако сокращение управленческих расходов на 9,7 млн руб. (или 53%) позволило сократить снижение прибыли от продаж до 9% или 0,9 млн руб. Также произошел значительный рост процентов к получению, он составил 86% или 1,9 млн. руб. Можно предположить, что

данный рост связан с получением процентов, которые причитались ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» по выданному займу.

Таблица 14 – Горизонтальный анализ динамики показателей финансовых результатов ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» за 2017–2019 гг.¹

Наименование показателя	2017 год	2018 год			2019 год		
	тыс. руб.	тыс. руб.	изменение	темпы роста, %	тыс. руб.	изменение	темпы роста, %
Выручка	137 980	129 407	-8 573	93,79	119 655	-9 752	92,46
Себестоимость продаж	109 557	96 224	-13 333	87,83	101 864	5 640	105,86
Валовая прибыль (убыток)	28 423	33 183	4 760	116,75	17 791	-15 392	53,61
Коммерческие расходы	29	0	-29	0,00	0	0	0,00
Управленческие расходы	18 244	15 055	-3 189	82,52	8 515	-6 540	56,56
Прибыль (убыток) от продаж	10 150	18 128	7 978	178,60	9 276	-8 852	51,17
Проценты к получению	2 162	2 717	555	125,67	4 027	1 310	148,21
Прочие доходы	937	1 746	809	186,34	1 008	-738	57,73
Прочие расходы	1 801	1 751	-50	97,22	2 432	681	138,89
Прибыль (убыток) до налогообложения	11 448	20 840	9 392	182,04	11 879	-8 961	57,00
Чистая прибыль (убыток)	8 903	16 508	7 605	185,42	9 189	-7 319	55,66

Для более наглядного представления о существующем за период 2017–2019 гг. тренде ключевых показателей будет необходимо обратиться к их графическому изображению. Ниже представлен рисунок 6, изображающий динамику изменений выручки, управленческих расходов, процентных доходов и трех видов прибыли.

¹ Составлено автором по: [4]

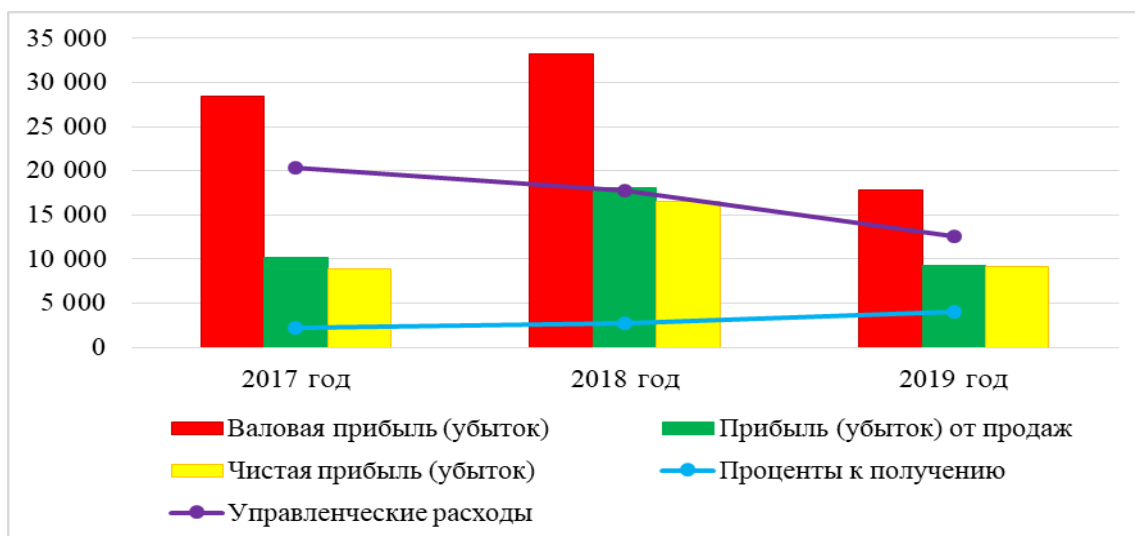


Рисунок 6 – Динамика показателей финансовых результатов ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» за 2017–2019 гг., тыс. руб.¹

На графике наглядно видно, что благодаря вышеописанным изменениям, несмотря на снижение выручки на 13%, чистая прибыль за анализируемый период выросла на 3% или 0,3 млн руб. Можно судить о том, что компания ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» за анализируемый период столкнулась с некоторыми трудностями, связанными с реализацией товаров и услуг, однако оптимизация управленческих затрат и рациональное вложение свободных денежных средств позволило компании не только уберечь чистую прибыль от снижения, но и выйти на рост чистой прибыли.

С целью анализа эффективности деятельности предприятия можно рассчитать показатели рентабельности и привести их в табличный вид (таблица 15), так как абсолютная величина прибыли не позволяет оценить соотношение прибыли и затрат на предприятии.

По таблице 15 наглядно виден скачок всех основных видов рентабельности ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» в 2018 году по сравнению с 2017 годом с возвратом к прежнему уровню рентабельности в 2019 году (а в случае с рентабельностью собственного капитала, рентабельностью оборотных активов и рентабельностью основной деятельности – падением уровня рентабельности ниже уровня 2017 года).

¹ Составлено автором

Таблица 15 – Расчет рентабельности деятельности ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» за 2017–2019 гг.¹

Наименование показателя	2017 год	2018 год		2019 год	
	%	%	в % к 2017 г.	%	в % к 2018 г.
Общая рентабельность	8,30	16,10	194,10	9,93	61,65
Рентабельность продаж	7,36	14,01	190,43	7,75	55,34
Рентабельность собственного капитала	10,92	16,84	154,20	8,57	50,89
Рентабельность оборотных активов	14,59	22,17	151,93	9,44	42,57
Рентабельность основной деятельности	24,15	35,66	147,65	18,00	50,48

Данный скачок автор работы связывает со снижением постоянных затрат предприятия в 2018 году и ростом данных затрат в 2019 году. А именно связывает с постоянными затратами, связанными с амортизационными отчислениями, так как по балансу видно, что с 2017 по 2019 гг. произошел рост основных средств на 38% или 14,2 млн. рублей.

В продолжение анализа финансовых результатов компании, определим влияние основных факторов на изменение прибыли предприятия.

Как было замечено в анализе выше, в формировании чистой прибыли ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» основную роль играет валовая прибыль, как разница между выручкой от реализации продукции и ее полной себестоимостью.

При проведении факторного анализа необходимо учитывать инфляцию, чтобы скорректировать сумму выручки на индекс инфляции [40, с. 120]. Дополнительные факторы, влияющие на изменение валовой прибыли изучаемого предприятия: цена и объем реализации, себестоимость продукции.

Дополнительное отрицательное влияние на прибыль от продаж окажет рост управленческих расходов, так как они составляли за анализируемый период от 7,12% до 13,22% в выручке.

¹ Составлено автором

В связи с тем, что годовая бухгалтерская отчетность ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» за 2020 год отсутствует (организации обязаны представлять годовую бухгалтерскую отчетность в течение 90 дней по окончании года, то есть до 1 апреля), для проведения планирования и прогнозирования прибыли за 2021 год автором работы были использованы предварительные оценочные данные финансовых результатов компании за 2020 год.

Для проведения анализа прибыли от продаж имеет смысл составить аналитическую таблицу 16 за рассматриваемый период деятельности фирмы. Для факторного анализа важны расчеты отклонений в абсолютном и относительном выражении.

Таблица 16 – Исходные данные для факторного анализа прибыли от продаж ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» за 2018–2020 гг.¹

Наименование показателя	2018 год	2019 год			2020 год		
	тыс. руб.	тыс. руб.	изменение	темпы роста, %	тыс. руб.	изменение	темпы роста, %
Выручка	129 407	119 655	-9 752	92,46	112 295	-7 360	93,85
Себестоимость продаж	96 224	101 864	5 640	105,86	95 599	-6 265	93,85
Валовая прибыль (убыток)	33 183	17 791	-15 392	53,61	16 696	-1 095	93,85
Коммерческие расходы	0	0	0	0,00	0	0	0,00
Управленческие расходы	15 055	8 515	-6 540	56,56	12 509	3 994	146,91
Прибыль (убыток) от продаж	18 128	9 276	-8 852	51,17	4 187	-5 089	45,14
Индекс цен [60]	1,029	1,045	0	101,55	1,034	0	98,95
Выручка в сопоставимых ценах	125 760	114 502	-11 258	91,05	108 603	-5 900	94,85

¹ Составлено автором по: [4]

На основании исходных данных с абсолютными и относительными изменениями показателей, проведем расчет факторных влияний на прибыль от продаж в таблице 17 для удобства визуального восприятия с детальным описанием каждого этапа ниже таблицы.

Таблица 17 – Расчет факторных влияний на прибыль от продаж ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» за 2018–2020 гг.¹

№	Название этапа	Год	Расчет	Итог, тыс. руб.
1	Определение влияния объема продаж на прибыль от продаж	2019	$18\,128 * (-0,0895)$	- 1 622,46
		2020	$9\,276 * (-0,0515)$	- 477,71
2	Влияние ассортимента продаж на величину прибыли организации от продаж	2019	$(114\,502 - (96\,224 * 114\,502 / 125\,760) - 0 - 15\,055) - (18\,128 * 144\,502 / 125\,760)$	- 4 668,24
		2020	$(108\,603 - (101\,864 * 108\,603 / 114\,502) - 0 - 8\,515) - (9\,276 * 108\,603 / 114\,502)$	-5 325,86
3	Влияние изменения себестоимости на прибыль от продаж	2019	$(96\,224 * 114\,502 / 125\,760) - 101\,864$	- 14 253,62
		2020	$(101\,864 * 108\,603 / 114\,502) - 95\,599$	1 016,33
4	Влияние изменения коммерческих и управленческих расходов на прибыль от продаж	2019	$(0 - 0) + (8\,515 - 15\,055)$	+ 6 540,00
		2020	$(0 - 0) + (12\,509 - 8\,515)$	+ 3 994,00
5	Влияние цен реализации продукции на изменение прибыли от продаж	2019	$119\,655 - 114\,502$	+ 5 152,61
		2020	$112\,295 - 108\,603$	+ 3 692,49

1. Для определения влияния объема продаж на прибыль необходимо прибыль предыдущего года умножить на изменение объема продаж.

¹ Составлено автором

Стоит отметить, что основная методическая сложность определения влияния объема продаж на прибыль компании связана с трудностями определения изменения физического объема реализованной продукции.

На ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» товары и услуги имеют многочисленную номенклатуру по различным направлениям. Следовательно, представить к расчетам объем проданной за год каждой номенклатуры товаров не представляется возможным.

Поэтому, для обеспечения сопоставимости данных и исключения влияния других факторов, необходимо сопоставлять отчетный и базисный объемы реализации, выраженные в одинаковых ценах. А именно: объем реализации отчетного периода (выручка) деленный на индекс цен.

Выручка от реализации товаров в 2019 году составила 119 655 тыс. рублей, определим объем выручки в ценах сравниваемого 2018 года (выручка/индекс цен) она составит 114 502 тыс. рублей, и соответственно в 2020 году в ценах 2019 года 108 603 тыс. рублей.

С учетом этого изменения объем продаж за 2019 год снизился на 8,95%, а в 2020 году на 5,15%. Общее снижение выручки за анализируемый период составило 13,6%.

За счет снижения объема продаж прибыль от продажи продукции снизилась на 1 622,46 тыс. руб. в 2019 году и на 477,71 тыс. руб. в 2020 году.

2. Влияние ассортимента продаж на величину прибыли организации определяется сопоставлением прибыли рассматриваемого периода, рассчитанной на основе цен и себестоимости прошедшего периода, с базисной прибылью, пересчитанной на изменение выручки.

Прибыль от продаж за 2019 год, можно определить, исходя из себестоимости и цен прошлого года, с некоторой долей условности, следующим образом, используя следующие величины:

- выручка за 2019 год в ценах 2018 года 114 502 тыс. руб.;
- фактически реализованная продукция, рассчитанная по себестоимости 2018 года: $96\,224 * 114\,502 / 125\,760 = 87\,610$ тыс. руб.;

- коммерческие расходы 2018 года 0 тыс. руб.;
- управленческие расходы 2018 года 15 055 тыс. руб.;
- прибыль отчетного периода, рассчитанная по базисной себестоимости и базисным ценам = $114\,502 - 87\,610 - 0 - 15\,055 = 11\,837$ тыс. руб.

Таким образом, влияние сдвигов в структуре ассортимента на величину прибыли от продаж равно – 4 668,24 тыс. Произведенный расчет показывает, что в составе реализованной продукции в 2019 году увеличился удельный вес продукции с меньшим уровнем доходности.

Также был рассчитан показатель влияния факторов на прибыль от продаж по 2020 году, он составил – 5 325,86 тыс. руб, что говорит об ухудшении ситуации в 2020 году и отрицательном влиянии ассортимента продаж на величину прибыли организации.

3. Влияние изменения себестоимости на прибыль можно определить, сопоставляя себестоимость реализации продукции отчетного года с затратами прошедшего года, пересчитанными на изменение объема продаж. После проведения расчета в таблице 17 выяснилось, что для 2019 года влияние составило –14 253,62 тыс. руб., а для 2020 года +1 016,33 тыс. руб.

В 2019 году при увеличении издержек продаж себестоимость продукции увеличилась и отрицательно отразилась на прибыли, поспособствовав снижению на 14 253,618 тыс. руб. Себестоимость реализованной продукции в 2020 году снизилась, следовательно, увеличилась прибыль от продаж на 1 016,33 тыс. рублей.

4. Влияние изменения коммерческих и управленческих расходов на прибыль компании определим путем сопоставления их величины в рассматриваемом и предыдущем годах.

Обратно пропорциональная зависимость расходов от полученной прибыли показывает, что за счет снижения в 2019 году в сравнении с 2018 годом управленческих расходов прибыль увеличилась на 6 540 тыс. руб., в 2020 году произошла обратная ситуация, рост управленческих расходов снизил прибыль на 3 994 тыс. руб.

5. Для определения влияния цен реализации продукции на изменение прибыли от продаж необходимо сопоставить объем продаж, выраженного в ценах прошлого года. Данное влияние в 2019 году составило + 5 152,61 тыс. руб., а в 2020 году + 3 692,49 тыс. руб., следовательно, контроль над ценами реализации, положительно влияет на рост прибыли из года в год.

Полученные расчеты имеет смысл отразить отдельно в таблице 18, расположенной ниже, дополнительно показав удельный вес влияния каждого фактора в общем изменении прибыли.

Подводя итог факторного анализа прибыли, можно сказать, что в 2019 году основное негативное влияние на прибыль оказала себестоимость продукции и структура ассортимента реализованных товаров и услуг.

Таблица 18 – Результаты расчета факторных влияний на прибыль от продаж ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» за 2018–2020 гг.¹

Фактор	2019 г. к 2018 г., тыс. руб.	Удельный вес, %	2020 г. к 2019 г., тыс. руб.	Удельный вес, %
Влияние объема продаж	-1 622	18	-478	9
Влияние структуры ассортимента реализованных услуг и товаров	-4 668	53	-5 326	105
Влияние изменения себестоимости	-14 254	161	1 016	-20
Влияние изменения коммерческих и управленческих расходов	6 540	-74	-3 994	78
Влияние цен реализации	5 153	-58	3 692	-73
Совокупное влияние факторов на прибыль от продаж	-8 852	100	-5 089	100

Положительную динамику влияния на прибыль оказали коммерческие и управленческие расходы, что может быть обусловлено решением руководства компании об оптимизации данных затрат в 2019 году. В 2020 году динамика изменилась, тот же фактор, который в 2019 году оказал значительное негативное влияние (изменение себестоимости), оказал положительное влияние на прибыль

¹ Составлено автором

от продаж ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ», также и управленческие расходы сменили знак влияния с «плюса» на «минус». Как в 2019, так и в 2020 году наблюдалось совокупное негативное влияние факторов на прибыль от продаж (8,9 млн руб. в 2019 году и 5,1 млн руб. в 2020 году).

Итак, резервом роста в планировании прибыли от продаж ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» в будущем 2021 году является рост объема продаж, увеличение доли более рентабельных видов товаров и предоставляемых услуг в общем объеме реализации, а также оптимизация себестоимости, управленческих затрат компании.

В целом положение предприятия ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» можно считать неустойчивым, оно хоть и занимает свою долю рынка, имеет постоянный коллектив с малой текучестью, хорошую узнаваемость, но на взгляд автора работы недостаточно динамично развивается и теряет свое положение на рынке товаров и услуг, и, в конечном счете, прибыль. Все это означает увеличение роли финансового планирования и прогнозирования прибыли в работе предприятия, использования программных продуктов для оптимизации финансовых потоков.

2.3. РАСЧЕТ ПЛАНОВОЙ ПРИБЫЛИ ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» НА ПРЯДСТОЯЩИЙ ОТЧЕТНЫЙ ПЕРИОД, ИСПОЛЬЗУЯ ОСНОВНЫЕ МЕТОДЫ ПЛАНИРОВАНИЯ И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ

Процесс планирования прибыли на будущий 2021 год основывается на результатах проведенного выше финансово-экономического анализа предприятия.

Расчет плановой прибыли должен быть экономически обоснованным, поэтому правильное планирование прибыли на предприятии имеет ключевое значение для принятия управленческих решений руководителя и своевременное изменение стратегических задач компании. [18, с. 199]

Объектом планирования являются планируемые элементы прибыли, главным образом это прибыль от продаж.

Изучение деятельности ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» позволяет из многообразия существующих методов планирования принять к работе только те, для которых доступна исходная информация, возможности ее обработки, а также однородность и объем.

При рациональной организации плановой работы на предприятии расчеты необходимо проводить всеми возможными методами планирования и прогнозирования прибыли на предприятии, применяя синтез нескольких способов в одном расчете. Если расчеты правильные, прогнозы допустимые, то результаты должны быть близкими по своим значениям. [15, с. 81]

Использование факторной модели позволяет отразить вклад каждой составляющей в планируемую величину прибыли при заданных значениях темпов роста основных показателей. Темпы роста, в данном методе, прогнозируем с помощью экспертных оценок, ожидаемых и желаемых финансовых результатов на будущий год.

В данном методе рассчитывается маржинальный доход, как разница между доходом от продажи продукции и переменными затратами предприятия. Используется та выручка, которую предприятие получило от продажи своего продукта без учета НДС.

К переменным издержкам на рассматриваемом предприятии ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» стоит отнести затраты на закупку оборудования и материалов и зарплату персонала. Переменные издержки, в отличие от постоянных, меняются нелинейно и зависят от объема продаж.

С помощью маржинального метода проведем расчет плановой валовой прибыли, учитывая влияние различных факторов на ее формирование.

Представим в таблице 19 основные показатели и способ их получения.

Операционный рычаг (операционный левверидж) необходим для управления прибылью и основан на улучшении соотношения переменных и постоянных расходов.

Таблица 19 – Показатели ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» за 2020 год для маржинального метода планирования¹

Показатели	Обозначение	Величина	Метод расчета
Объем продаж, тыс. руб.	S	112 295	Отчет
Переменные расходы, тыс. руб.	VC	60 854	Отчет
Коэффициент переменных расходов	b	0,54	VC/S
Маржинальный доход, тыс. руб.	MP	51 441	S - VC
Коэффициент маржинального дохода	a	0,46	MP/S
Постоянные расходы, тыс. руб.	FC	34 745	Отчет
Прибыль валовая, тыс. руб.	PS	16 696	MP - FC
Операционный рычаг	OL	3,08	MP/PS

Операционный рычаг составил 3,08 и показывает степень чувствительности прибыли к изменениям объема реализации, цены продукции и издержек. С помощью операционного рычага можно прогнозировать величину прибыли, зная возможное изменение данных показателей.

Для дальнейшего использования данного метода, необходимо весь ассортимент продукции, продаваемой за год, проанализировать на предмет объединения в группы.

Выделим несколько групп продаваемой продукции (телефония, интернет, кабельное телевидение и прочие услуги) ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» и с определенной погрешностью этих значений определим их долю в выручке от продаж показателями и представим в таблице 20.

Таким образом, можно увидеть, что телефония занимает лидирующую позицию в составе выручки. Наименьшую долю составляет выручка от услуг интернета.

¹ Составлено автором

Таблица 20 – Структура продаж ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» по товарным группам¹

Группа товаров	Товарная группа	Удельный вес, в %	МР на руб. продаж	Взвешенный маржинальный доход на руб. продаж
1	Телефония	57%	0,46	0,46 x 0,57 = 0,26
2	Интернет	1%	0,46	0,46 x 0,01 = 0,00
3	КТВ	13%	0,46	0,46 x 0,12 = 0,06
4	Прочее	29%	0,46	0,46 x 0,27 = 0,13
	Итого	100%	х	0,46

Методом экспертных оценок прогнозируются следующие цели на будущий период:

- падение выручки от продаж на 7%;
- изменение структуры продаж по таблице 21:

Таблица 21 – Прогнозный удельный вес групп товаров в объеме продаж ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» на 2021 год

Номер товарной группы	1	2	3	4
Прогноз на 2021 год удельного веса	56%	0%	13%	31%

- сохранение переменных и постоянных расходов на прежнем уровне;
- в связи с отсутствием за последние четыре года изменений в тарифных планах ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» [2], также ожидается сохранение уровня цен.

Выполним расчет планируемой прибыли по факторам:

1. Фактор влияния объема продаж на прибыль (DS) может быть рассчитан по формуле 17:

$$DS = DT_s \times OL \times PS_b, \quad (17)$$

где DT_s – прогнозируемый прирост выручки от продаж;

OL – операционный рычаг;

PS – валовая прибыль в базовом периоде.

- 7% x 3,08 = - 21,56% (эффект операционного рычага).

¹ Составлено автором

Влияние фактора на планируемую валовую прибыль на 2021 год составит:
 $16\ 696 * - 21,56\% = - 3\ 600$ тыс. руб.

2. Фактор структурных сдвигов в объеме продаж повлияет на прибыль следующим образом (DN), представленным ниже в таблице 21.

Таблица 21 – Структура продаж предприятия на плановый 2021 год ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ»¹

Группа товаров	Товарная группа	Удельный вес в %	МР на рубль	Взвешенный МРп продаж
1	Телефония	56%	0,46	$0,46 \times 0,56 = 0,25$
2	Интернет	0%	0,46	$0,46 \times 0,00 = 0,00$
3	КТВ	13%	0,46	$0,46 \times 0,13 = 0,06$
4	Прочее	31%	0,46	$0,46 \times 0,31 = 0,14$
	Итого			0,46

Произошел структурный сдвиг, однако он не повлиял на коэффициент маржинального дохода (МРп). Коэффициент МР остался на уровне 0,46. Следовательно, его влияние на прогнозируемую прибыль отсутствует.

3. Влияние на прибыль фактора постоянных расходов (DFC) и переменных расходов (DVC) и цен (DP) в связи с отсутствием изменений по отношению к базовому периоду также отсутствует.

Для того чтобы получить суммарное влияние всех факторов на валовую прибыль нужно сложить полученные результаты влияния каждого фактора, но в случае с данным расчетом, будет использована только величина влияния изменения объема продаж. В результате мы получим величину прогнозируемой валовой прибыли на 2021 год:

$$16\ 696 + (- 3\ 600) = 13\ 096 \text{ тыс. руб.}$$

Итак, по данному расчету прибыль в 2021 году должна снизиться с 16 696 тыс. руб. до 13 096 тыс. руб. или на 22%. Факторный анализ существенно меняет расчет прибыли, который можно было провести только на основе одного

¹ Составлено автором

эффекта операционного рычага [42, с. 120]. Данный расчет выявил резервы роста валовой прибыли и позволит корректировать стратегию предприятия на будущий год в данном направлении.

Далее будет рассмотрен метод экстраполяции прогнозирования прибыли [24, с. 59].

Метод наименьших квадратов позволяет прогнозировать будущий показатель на основе предыдущих значений. При изменении и наблюдении устанавливаются различные зависимости (связь между наблюдениями величинами X и Y). Метод заключается в приближении анализируемого показателя математической функцией, в простейшем случае – линейной, то есть функции вида $y = ax + b$. Для известных значений x_i , y_i можно записать систему уравнений, представленную в формулах 18 и 19:

$$\sum_{i=m}^n y_i x_i = a \sum_{i=m}^n x_i^2 + b \sum_{i=m}^n x_i \quad (18)$$

$$\sum_{i=m}^n y_i = a \sum_{i=m}^n x_i + nb \quad (19)$$

Если через x обозначать год, приняв 2018 год за точку отсчета ($x=0$), а через y прогнозируемый показатель, то для 2021 года ($x=2$) решение системы будет следующим (формула 20):

$$Y_{2021} = \frac{Y_{2018} + Y_{2019} + Y_{2020}}{3} + Y_{2020} - Y_{2018} \quad (20)$$

Экстраполяция отчета о прибылях и убытках методом наименьших квадратов показывает дальнейший рост выручки и себестоимости в таблице 22.

Данный прогноз показывает, что выручка в прогнозируемом году снизится на 8%. Валовая прибыль в 2021 году уменьшится на 10 626 тыс. руб. по сравнению с 2020 годом или на 64%. Также прогнозируется в 2021 году убыток от продаж: он составит 3 411 тыс. руб. На данном этапе уже хотелось бы отметить, что прогноз на 2021 год методом наименьших квадратов не выглядит реалистичным.

Таблица 22 – Прогнозирование прибыли на 2021 год предприятия ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» по методу наименьших квадратов¹

Наименования показателя	2018 год	2019 год	2020 год	Прогноз на 2021 г	2021 год к 2020 г
	тыс. руб.	тыс. руб.	тыс. руб.	тыс. руб.	%
Выручка	129 407	119 655	112 295	103 340	92
Себестоимость продаж	96 224	101 864	95 599	97 271	102
Валовая прибыль (убыток)	33 183	17 791	16 696	6 070	36
Коммерческие расходы	0	0	0	-	-
Управленческие расходы	15 055	8 515	12 509	9 480	76
Прибыль (убыток) от продаж	18 128	9 276	4 187	-3 411	-81
Проценты к получению	2 717	4 027	4 553	5 602	123
Прочие доходы	1 746	1 008	1 276	873	68
Прочие расходы	1 751	2 432	2 290	2 697	118
Прибыль (убыток) до налогообложения	20 840	11 879	7 726	368	5
Текущий налог на прибыль	4 006	3 040	1 691	597	35
Чистая прибыль (убыток)	16 508	9 189	6 030	98	2

Прибыль до налогообложения упадет не только за счет убытка от продаж, но и за счет снижения прочих доходов (на 32%) и роста прочих расходов (на 18%), и ее падение составит целых 95%. Падение чистой прибыли составит 98%.

Следующим методом прогнозирования прибыли используем метод среднего абсолютного прироста.

Расчет абсолютных приростов проведем по валовой и чистой прибыли.

Прирост валовой прибыли:

2019 год $17\,791 - 33\,183 = -15\,392$ тыс. руб.

2020 год $16\,696 - 17\,791 = -1\,095$ тыс. руб.

Прирост чистой прибыли:

2019 год $9\,189 - 16\,508 = -7\,319$ тыс. руб.

2020 год $6\,030 - 9\,189 = -3\,159$ тыс. руб.

¹ Составлено автором по: [4]

Расчет среднего абсолютного прироста по формуле:

$$A = \frac{\sum A_1}{2}, \quad (26)$$

где А – прирост прибыли

А вал. прибыли = $((- 15\ 392) + (-1\ 095))/2 = -8\ 243,5$ тыс. руб.

А чист. прибыли = $((- 7\ 319) + (- 3\ 159))/2 = -5\ 239$ тыс. руб.

Определим прогноз прибыли на 2021 год:

Прибыль 2021 года = Прибыль 2020 года + А

Валовая прибыль, составит:

$16\ 696 + (-8\ 243,5) = 8\ 452,5$ тыс. руб.

Чистая прибыль составит:

$6\ 030 + (-5\ 239) = 791$ тыс. руб.

По результатам данного метода плановая валовая прибыль в 2021 году значительно снизится (на 49% по отношению к 2020 году). Динамика чистой прибыли по данному расчету на 2021 год далека от средней динамикой прошлых лет.

Итоговые расчеты валовой и чистой прибыли 2021 года сведены в таблице 23.

Таблица 23 – Сводная таблица результатов прогнозирования и планирования валовой и чистой прибыли на 2021 год ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ»¹

Период		Валовая прибыль	Прирост к 2020 г, %	Чистая прибыль	Прирост к 2020 г, %
2018 год		33 183		8 903	
2019 год		17 791		16 508	
2020 год		16 696		9 189	
2021 год	Маржинальный метод	13 096	-22		
	Метод экстраполяции	6 070	-64	98	-99
	Метод среднего абсолютного прироста	8 453	-49	791	-91

¹ Составлено автором

Из таблицы 23 видно, что использование нескольких методов планирования и прогнозирования прибыли выявило существенное отличие в значении данных прогнозов. Так, например, если при факторном анализе (маржинальном методе) прирост валовой прибыли составил -22%, то при методе наименьших квадратов (экстраполяции) целых -64%.

Также имеет смысл отразить в диаграмме полученные данные плановой валовой и чистой прибыли ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» на 2021 год, рассчитанной несколькими методами, графическое изображение на рисунке 7.

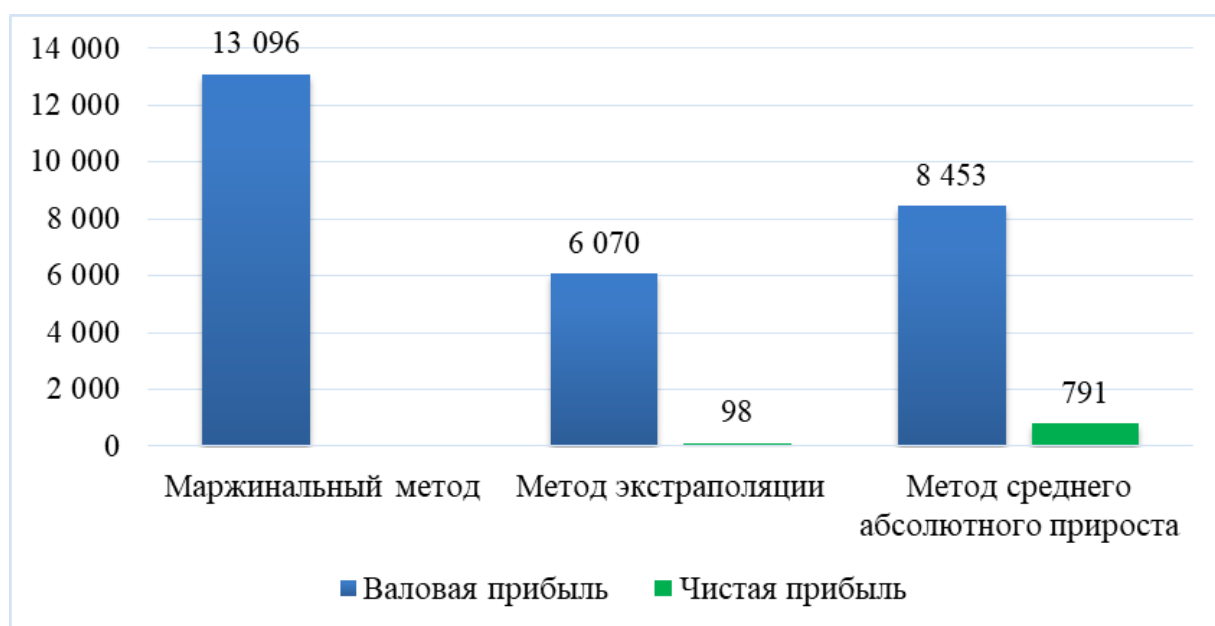


Рисунок 7 – Диаграмма результатов прогнозирования и планирования валовой и чистой прибыли на 2021 год ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ»¹

Подводя итог применения методов планирования и прогнозирования прибыли на примере финансовой деятельности ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» за 2018 – 2020 гг., можно сделать вывод, что методы, которые основаны на опыте работы компании прошлых лет, не закладывают большого роста показателя. Управляемым процессом планирования прибыли на будущие периоды являются методы, к расчету которых были приняты во внимание влияние отдельных факторов, их динамика и результаты экспертных оценок.

¹ Составлено автором

3. ПРОБЛЕМЫ ПЛАНИРОВАНИЯ И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

3.1 ПРОБЛЕМЫ ПЛАНИРОВАНИЯ И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ В ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ»

На начальном этапе при проведении работ по совершенствованию организации финансового прогнозирования и планирования на предприятии необходимо выявить существующие проблемы, выступающие в качестве факторов ограничения движения в сторону достижения желаемых результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

На основе проведенного прогнозирования и планирования ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» в данной работе были выявлены общие проблемы, возникающие при организации финансового планирования и прогнозирования на российских предприятиях и пути их решения. Такая работа проводится для того, чтобы в будущем из выявленных проблем и их решений найти подходящие и применить их для оптимизации финансового планирования и прогнозирования на предприятии.

Несмотря на то, что польза использования планирования и прогнозирования для любой коммерческой организации очевидна, это не означает, что данному процессу любая коммерческая организация уделяет должное внимание, или что процессу планирования и прогнозирования обязательно будет сопутствовать удача, так как есть некоторые проблемы, препятствующие эффективной реализации этой функции менеджмента [36, с. 31]. Прогнозы полезны только в тех случаях, когда его компоненты тщательно продуманы, а проблемы названы.

Можно выделить достаточно много обстоятельств и факторов, негативно воздействующих на процесс прогнозирования прибыли ООО «УЭХК-

ТЕЛЕКОМ». В работе были выявлены основные проблемы, связанные с планированием и прогнозированием прибыли:

1. Отсутствие системы планирования.

Некоторые последствия отсутствия системы стратегического менеджмента в ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ»:

– нет четкой системы планирования деятельности компании, присутствует «частичное планирование» и как следствие часто «ручное управление» финансами и другими ресурсами, что вызывает все большие трудности;

– нет долгосрочных целей (в т.ч. маркетинговых) и понимания того, как компания должна к ним двигаться и что нужно делать, чтобы делать это быстрее;

– нет механизма реализации стратегии (в т.ч. достижения стратегических показателей).

Несмотря на то, что в компании уже более-менее налажено оперативное управление, что можно работать более эффективно, но эту задачу практически невозможно решить на оперативном уровне. Без продуманной стратегии и эффективного механизма реализации этой стратегии обойтись очень сложно [37, с. 180]. Подобная ситуация распределения приоритетов представлена на рисунке 8.

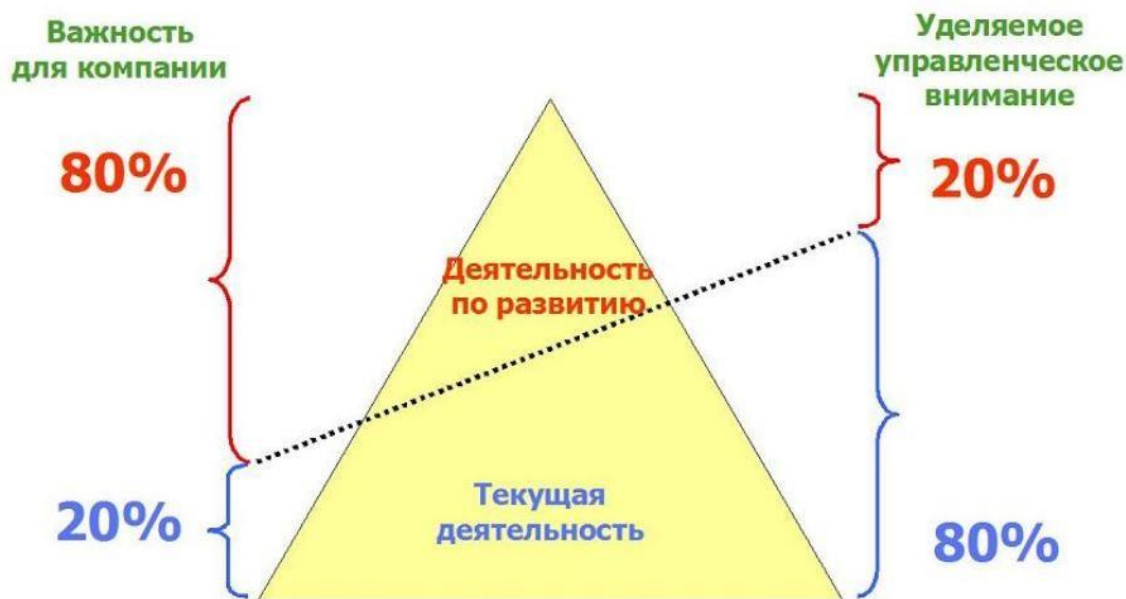


Рисунок 8 – Распределение приоритетов между стратегической (развитие) и текущей деятельностью [18]

2. Объединение факторов.

Показатель объема продаж организации не является однородным, так как зависит от большого количества факторов, значения которых в будущем могут значительно изменяться. Следовательно, если мы будем прогнозировать продажи, опираясь только на данные предыдущих периодов, наш прогноз с большой вероятностью будет неточным.

Стоит отметить, что на показатель плановой прибыли коммерческой организации, предоставляющей телекоммуникационные услуги, большое влияние будут оказывать не только внутренние факторы, связанные с деятельностью фирмы, которые возможно приблизительно рассчитать, но и рыночные (внешние).

Планирование прибыли в долгосрочном периоде будет больше зависеть от внешних факторов и их влияния, чем в краткосрочном. Это затрудняет прогнозирование прибыли на основе наблюдений за динамикой прибыли в 2017-2020 гг.

Макроэкономический климат будет в первую очередь определять, насколько высокий уровень возможности организаций достичь своих экономических целей. Естественно, что ухудшение экономических условий будут снижать спрос и на продаваемую продукцию, а рост внешних факторов увеличит прибыль компании, при равных внутренних условиях.

Использованные методы планирования и прогнозирования на краткосрочный период, а именно на 2021 год, показали зависимость плановой прибыли от множества факторов, которые находятся в определенной функциональной зависимости друг от друга.

Ниже на рисунке 9 изображены основные внешние и внутренние факторы ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ».



Рисунок 9 – Влияние факторов на динамику прибыли ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ»¹

Как можно заметить из рисунка 9, среди внешних факторов присутствуют такие, прогноз которых невозможен даже в краткосрочной перспективе. К таким факторам можно отнести социальные и погодные условия, а также (особенно на основании событий 2020 года) санитарно-эпидемиологические. Это труднопрогнозируемые события, динамика которых хаотична, а также это события, которые могут иметь значительные последствия для многих компаний или экономики страны и даже мира в целом, как это было в 2020 году с коронавирусной инфекцией COVID-19.

В отношении ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» также стоит заметить, что труднопрогнозируемые события не всегда оказывают негативное влияние на спрос, объем продаж или прибыль компании. Так, в период пандемии COVID-19 в связи с ограничительными мерами, а именно переходом работы большинства компаний и учебных заведений на удаленный режим возрос спрос на высокоскоростной интернет, кабельное телевидение и другие услуги телекоммуникационных компаний, таких, как ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ».

¹ Составлено автором

Однако, учитывая сложность прогнозирования продолжительности пандемии и неуверенность в ее комплексном воздействии на бизнес и экономику в целом, нельзя достоверно определить, положительно или негативно коронавирус повлияет на будущие финансовые результаты.

Для принятия решения относительно будущего объема продаж необходимо определить все факторы, которые могут воздействовать на прогноз (релевантные факторы). Так как исследуемая организация не является монополистом, в число таких факторов следует включить долю рынка, которую организация рассчитывает занять в рассматриваемый промежуток времени.

3. Негибкость административного прогнозирования:

- несогласованное и ошибочное видение цели и критериев;
- непонимание целей компании;
- незнание конечных целей, требований к персоналу и критических дат;
- отсутствие координации и регламентов;
- пренебрежение расписанием и т. д.

Основное внимание при прогнозировании прибыли должно быть уделено согласованию целей, критериев. Их неправильное определение, возникшее, например, вследствие плохо проведенных маркетинговых исследований и ложных прогнозов, приводит к рассогласованию ориентации действий и, следовательно, к потребности в проведении корректировок или даже к потребности остановки процесса реализации плана.

Поэтому компания, осуществляющая прогнозирование прибыли, должна иметь в своей организации структуру, которая будет обеспечивать постоянную корректировку планов в соответствии с изменениями внешней среды и внутренних условий. С этой целью также могут разрабатываться автоматизированные системы управления организацией, автоматизирующие процедуры корректировки планов и ослабляющие влияние неопределенности на результативность хозяйственной деятельности.

4. Игнорирование или недооценивание факторов, оценка одного варианта развития.

Эта проблема считается наиболее распространенной и в других организациях. Нередко релевантные факторы выбирают упрощенно и принижают как отдельное, так и совокупное влияние таких факторов. Например, для ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» релевантными факторами будет не только изменение инфляции и рост личных доходов, но и демографические факторы.

Маркетинговые аналитики большинства компаний не считают необходимым рассчитывать варианты развития событий. В лучшем случае прогнозирование происходит по группам товаров и регионам. В этом случае необходимо вовремя отслеживать отрицательные тенденции развития и рассчитывать несколько возможных вариантов событий.

5. Отсутствие объективной, достоверной и достаточной для разработки и реализации плана информации:

- обхват слишком длительного периода;
- нечеткие, неверные, устаревшие и недостаточные данные;
- недостаточное время, выделенное для проведения оценок и т. д.

Прогноз будет полезен хозяйствующему субъекту лишь до тех пор, пока основы прогноза будут реальными и правильными. Прогнозирование чаще всего опирается на данные прошлых периодов функционирования хозяйствующего субъекта. Поэтому надежность прогноза зависит от достоверности и точности используемых при прогнозировании показателей прошлых периодов.

В случае с расчетом прогноза и плана прибыли ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» на 2021 год в данной работе наблюдалась невозможность использования итоговых данных за 2020 год, а также данных по периодическим и постоянным затратам предприятия, что могло значительно повлиять на уровень достоверности расчетов.

При этом прогнозирование прибыли для любого хозяйствующего субъекта базируется на неполных данных, даже если имеется хорошо налаженная система статистического (и/или бухгалтерского) учета. Проблема состоит в том, что некоторые аспекты функционирования экономической системы и ее внешней среды не поддаются оценке (например, действия конкурентов, экономические

циклы, забастовки, политическая обстановка и т. п.). Менеджеры могут ограничить ненадежность прогнозирования прибыли, «обойдя зоны самой большой неопределенности». Последнее получается путем установления (в течение всего прогнозного периода) вариантов перехода при известных условиях на выполнение более эффективных альтернативных программ.

6. Присутствие неповторяющихся факторов и операций, которые трудны для прогнозирования прибыли:

– процесс прогнозирования прибыли распространяется на очень большие и сложные по своей организационной структуре системы;

– хозяйствующие субъекты при прогнозировании сталкиваются с огромным числом случайных процессов и событий;

– отсутствует системный подход к прогнозированию прибыли;

– используемые оценки выполнены без учета опыта хозяйствующего субъекта в формировании и реализации прогнозов (стандартных операций, количественных и качественных процедур анализа).

Так, специалисты, занимающиеся прогнозированием прибыли, базируясь на собственном опыте, ищут и используют стандартные операции. Для этого они выделяют повторяющиеся аспекты ситуаций и пытаются определить стандартную процедуру их выполнения, усиливая контроль за реализацией прогноза.

На примере ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» к неповторяющимся факторам можно отнести реструктуризацию предприятия в 2018 году, что оказало значительное влияние на динамику управленческих расходов, основных средств и т.д.

7. Недооценка предполагаемых изменений.

Бывают ситуации, когда получение дополнительных доходов запланировано без учета дополнительных расходов. Чаще всего это касается условно-постоянных расходов, например, на рекламу.

Существует и другой вариант, когда компания прогнозирует сокращение расходов, считая, что на доходах это никак не отразится. Чтобы данная ситуация

не произошла, предполагаемые изменения нужно адекватно и вовремя учесть как в доходной, так и в расходной части.

8. Стремление предоставить желаемое за действительное.

Многие люди в силу их психологических особенностей предпочитают избегать нововведений и игнорировать изменения, что часто приводит к глобальным ошибкам и неточностям в прогнозе. В таких случаях необходимо тщательно проанализировать ситуацию и сделать соответствующие выводы исходя из данного положения, учитывая все негативные факторы и достоверность информации. Также при подозрении руководства компании, что специалист, отвечающий за прогнозирование и планирование прибыли, склонен к описанной проблеме, стоит рассмотреть вариант привлечения к прогнозированию и планированию прибыли дополнительных специалистов (в том числе внешних).

Последствия неудовлетворительного прогнозирования прибыли весьма существенны и негативны. Помимо неэффективной ручной работы и увеличения затрат, риски, связанные с неточными прогнозами прибыли, включают и уменьшение доверия к бизнесу со стороны внешних заинтересованных сторон, что ведет к параллельному снижению рыночной капитализации [44, с. 418]. В этом контексте данные риски представляют собой настоящую опасность, с которой необходимо что-то делать. Однако данная проблема актуальна для компаний, привлекающих акционеров или инвесторов в свой бизнес, ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» к такому типу компаний не относится.

Ниже представлена таблица 24 с ранжированными по степени влияния проблемами прогнозирования и планирования, которым может быть подвержен ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ». Более детальное рассмотрение указанных проблем будет в следующем параграфе.

Таблица 24 – Проблемы прогнозирования и планирования ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ»¹

№	Наименование проблемы	Оценка влияния проблемы на прибыль	Возможность решения проблемы
1	Отсутствие системы планирования в организации	сильное	присутствует
2	Многообразие внешних и внутренних факторов, влияющих на прибыль	сильное	отсутствует
3	Ограниченный объем информации для проведения расчетов	сильное	присутствует
4	Наличие среди факторов внешних труднопрогнозируемых	среднее	отсутствует
5	Игнорирование факторов	среднее	присутствует
6	Разобщенность структурных подразделений и отделов, принимающих участие в составлении планов	среднее	присутствует
7	Присутствие неповторяющихся факторов, случайных процессов и событий в прошлых периодах	среднее	присутствует
8	Незнание целей компании или их ошибочное понимание	среднее	присутствует
9	Отсутствие системы качества и стандартов составления планов	слабое	присутствует
10	Потеря времени на стадии согласования планов	слабое	присутствует

Таким образом, современный процесс прогнозирования прибыли осложняется неэффективностью его отдельных этапов, недостатком интеграции со стратегическим и оперативным планированием и невозможностью установить общие, сравнимые стандарты данных. Для анализируемой в работе компании ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» наиболее сильное влияние могут оказывать такие проблемы прогнозирования и планирования, как отсутствие самой системы

¹ Составлено автором

планирования, множество внешних и внутренних факторов, влияющих на прибыль и ограниченный объем информации для проведения расчетов.

3.2 НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПЛАНИРОВАНИЯ И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ»

В рассматриваемой нами организации система планирования прибыли недостаточно развита. Естественно, руководство компании стремится увеличивать объемы производства, снижать себестоимость, реализовывать товары и услуги по более выгодным ценам и тарифам, но это происходит без каких-либо предварительных расчетов.

Одной из причин сопротивления руководства предприятий применять планирование прибыли обычно является невозможность точного прогноза будущих условий. При планировании прибыли должны приниматься во внимание сильные и слабые стороны предприятия, объективно оценивая свои позиции в сфере бизнеса, определяя, преимущества перед конкурентами в реализации собственной продукции. При этом, устанавливаемые цели предприятия должны носить измеримый характер. На многих предприятиях, также, как и в ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ», установленные цели не могут быть определены количественно.

Однако, несмотря на перечисленные в предыдущем параграфе проблемы и трудности планирования и прогнозирования прибыли, автор работы видит необходимость в развитии и активном применении системы планирования прибыли в ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ». Для этого была составлена таблица 25 с предложенными решениями проблем, перечисленных в таблице 24.

Таблица 25 – Пути решения проблем прогнозирования и планирования прибыли в ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ»¹

№	Наименование проблемы	Предложенное решение проблемы
1	2	3
1	Отсутствие системы планирования в организации	Разработка и внедрение стратегического плана, направленного на улучшение перспективных показателей предприятия относительно параметров его основных конкурентов.
2	Ограниченный объем информации для проведения расчетов	Создание и введение в обязательную периодическую (поквартальную) отчетность отчета о постоянных и переменных затратах (в целом по компании или в разрезе вида деятельности); отчета о себестоимости товаров и услуг по каждому виду деятельности; отчета рентабельности каждого вида деятельности.
3	Игнорирование факторов	<ul style="list-style-type: none"> – исследование релевантных факторов; – оценка их на предмет степени воздействия каждого фактора в отдельности на прибыль компании; – включение рассчитанного влияния данных факторов в прогноз прибыли компании маржинальным методом с факторным анализом. <p>Выделенные релевантные факторы для компании: демография, цифровизация общества, рост удаленной занятости, урбанизация и внедрение технологий «умного» города, виртуализация образования, развитие технологий Интернета вещей, снижение средней выручки на одного абонента (ARPU) у конкурентов, разработка государственных программ (например «Цифровая экономика»).</p>

¹ Составлено автором

Окончание таблицы 25

1	2	3
4	Разобщенность структурных подразделений и отделов, принимающих участие в составлении планов	<ul style="list-style-type: none"> – закрепление стандартов порядка действий между подразделениями и отделами; – закрепление за отделом определенных действий по работе с информацией и с ее передачей на следующий этап; – разделение процесса на отдельные части; – координация и контроль на всем этапе планирования на основе системы документооборота и создания Контрольного комитета для мониторинга деятельности сотрудников при составлении финансовых планов; – повышение заинтересованности отделов через систему мотивации для четкого выполнения своих обязанностей и полной координацией с другими подразделениями.
5	Присутствие неповторяющихся факторов, случайных процессов и событий в прошлых периодах	В качестве совершенствования прогнозирования и планирования прибыли стоит диагностировать и исключать из анализа прошлых периодов форс-мажорные обстоятельства, которые повлекли за собой изменение показателя прибыли в ту или иную сторону.
6	Незнание целей компании или их ошибочное понимание	<ul style="list-style-type: none"> – создание презентаций для всех сотрудников компании, содержащих информацию о миссиях, целях и задачах компании на предстоящий год/ квартал/ месяц; – исключение искажений поставленных задач и целей через организацию периодических планерок и пятиминуток для освещения планов, проблем, действий.
7	Отсутствие системы качества и стандартов составления планов	Автоматизация процессов разработки плана через организационное, информационное, техническое и программное обеспечение. Важным аспектом является совершенствование информационной базы предприятия.
8	Потеря времени на стадии согласования планов	Разработка и утверждение системы документооборота, в котором указывались бы точные сроки предоставления информации по плановым показателям.

Имеет смысл раскрыть некоторые моменты по перечисленным в таблице 25 решениям проблем прогнозирования и планирования прибыли:

1. Разработка стратегического плана.

Для решения отсутствия системы планирования прибыли, неверного толкования целей компании и многих других актуальных проблем необходимо внедрить систему стратегического планирования.

Стратегическое планирование — это система действий и решений, предпринимаемых руководством компании с целью разработки функциональных стратегий для решения задач корпоративного развития. Стратегическое планирование представляет собой, во-первых, процесс моделирования будущего, применительно к которому должны быть определены цели и сформулирована концепция долговременного развития; во-вторых, это управленческий процесс создания и поддержания стратегического соответствия между целями компании, ее потенциальными возможностями и шансами на перспективу; в-третьих, стратегическое планирование — это адаптивный процесс, в результате которого происходят: а) регулярные (ежегодные) корректировки решений, оформленных в виде планов; б) пересмотр системы мер по выполнению этих планов на основе непрерывного контроля и оценки происходящих изменений в деятельности компании. [20, с. 151]

Логика разработки стратегического плана ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» представлена на рисунке 10.

Важным этапом разработки стратегического планирования компании является стратегическая финансово-экономическая модель, с помощью которой можно рассчитывать все целевые показатели компании на выбранный период стратегического планирования [38, с. 75]. Данная модель должна строиться на основе карты целевых показателей.

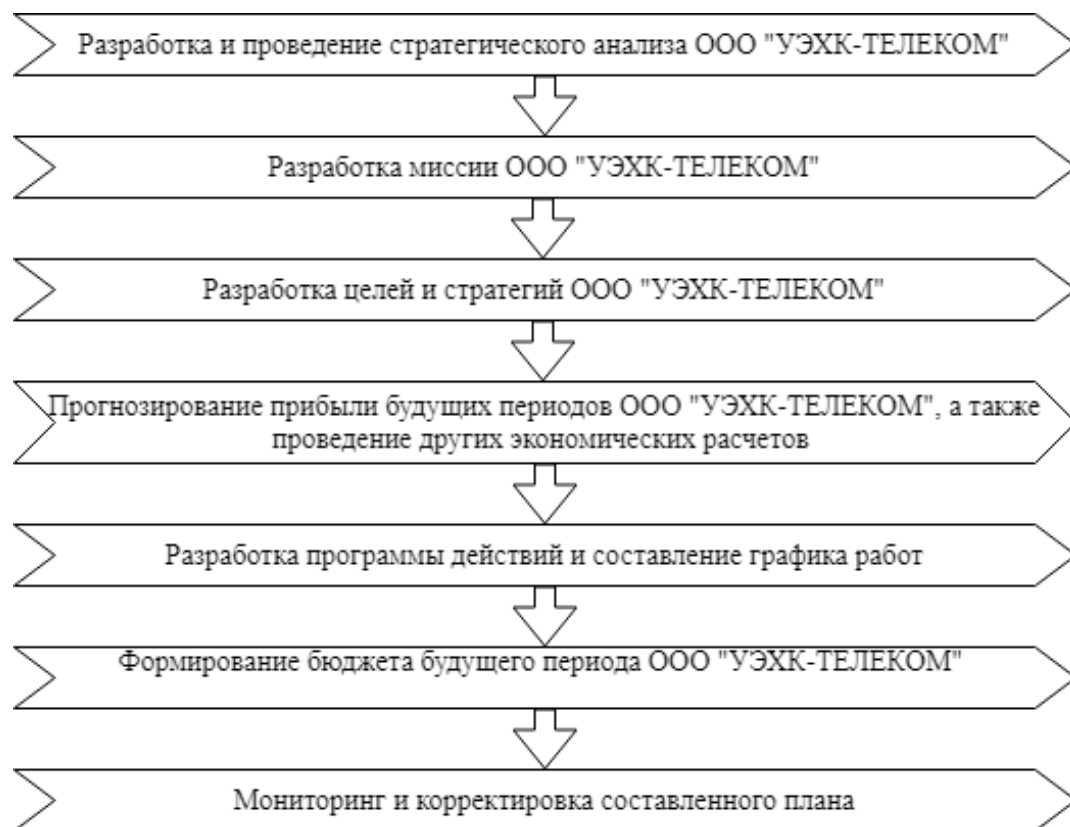


Рисунок 10 – Этапы разработки стратегического планирования¹

3. Среди выявленных в таблице 25 релевантных факторов особо следует выделить цифровизацию экономики и общества, которая в ближайшее время окажет доминирующее влияние на телекоммуникационный сектор. Значение данного тренда для телекоммуникационных компаний актуально по причине того, что данные становятся новым активом, причем главным образом за счет их альтернативной ценности [55, с. 21]. Всесторонний анализ внешних и внутренних факторов, а также оценка степени их влияния, необходимы телекоммуникационным компаниям при выработке как краткосрочных, так и долгосрочных стратегий развития [32, с. 29].

Также имеет место обязательная корректировка прогнозирования экономической деятельности в связи с новыми обстоятельствами.

Рассмотренные выше авторские рекомендации направлены в первую очередь на получение дополнительных доходов. По мнению автора, внедрение предложенных мер позволит ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» повысить свою

¹ Составлено автором

платежеспособность, стать более финансово устойчивым предприятием и менее зависимым от внешнего финансирования.

На системе планирования отрицательно сказывается экономия руководств на информационных системах. Под информационной системой должна подразумеваться не система таблиц Excel, склонность к которым имеют многие финансисты, а наличие в компании единой системы учета и планирования, объединяющая в себе деятельность всех отделов компании. В настоящее время рынок программных продуктов богат предложениями подобных информационных систем. И здесь компания либо может приобрести уже готовый программный продукт, либо нанять специалиста, который сформирует индивидуальный для ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» программный продукт.

Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод, что применение планирования прибыли на предприятии носит достаточно сложный и трудоемкий характер и требует профессиональной подготовки, прежде всего, менеджмента предприятия. Для повышения эффективности работы предприятия и улучшения финансового результата его работы руководству необходимо уделять значительное внимание непосредственно процессу разработки плана прибыли. Помимо этого, использование систем оптимизации прибыли должно носить легальный характер, применяться на предприятии в рамках Российского законодательства. Затраты на создание и применение комплексных структур по оптимизации налога на прибыль должны быть значительно ниже, чем прибыль от нее.

3.3 РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО ЗАДЕЙСТВОВАНИЮ ВЫЯВЛЕННЫХ РЕЗЕРВОВ В ПЛАНИРОВАНИИ ПРИБЫЛИ ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ»

После выявленных проблем планирования и прогнозирования прибыли и найденных к ним решений было бы логичным попытаться разработать стратегическое планирование для компании ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» с учетом релевантных факторов, а также исключения влияния неповторяющихся факторов из предыдущих периодов, но в рамках данной работы, к сожалению, отсутствуют для этого основные ресурсы: информационные, человеческие, временные.

Однако на основе проведенного анализа финансово-хозяйственной деятельности ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ», были выявлены резервы роста прибыли, также использованные методы планирования на краткосрочный период, а именно на 2021 год, показали зависимость плановой прибыли от множества факторов, которые находятся в определенной функциональной зависимости друг от друга. На основании этого можно попытаться разработать один из этапов стратегического планирования для компании ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ», речь идет об этапе планирования прибыли на среднесрочную перспективу (5 лет).

Среднесрочный план обычно охватывает пятилетний период. Он скорее носит описательный характер и определяет общую стратегию организации.

Рассчитаем план прибыли от продаж на среднесрочный период, используя те факторы, которые дали максимальный эффект при факторном методе планирования на краткосрочный период.

Рекомендации по задействованию резервов роста прибыли от продаж:

1. Увеличить объем продаж групп товаров, которые имеют максимальный маржинальный доход (а именно Телефонии). Проводить мониторинг данного показателя и своевременно реагировать, изменяя удельный

вес продукции с меньшим его результатом доходности. Проводить маркетинговые исследования рынка по спросу не рентабельной продукции (Интернет), с целью целесообразности продаж.

Проведенным расчетом в планировании валовой прибыли на 2021 год, был рассчитан коэффициент маржинального дохода 0%, который не учитывал эффективные сдвиги в ассортименте продукции. Автор работы устанавливает тенденцию коэффициента маржинального дохода на уровне 2%, следовательно, выручка на планируемый год будет рассчитываться по формуле:

$$\text{Впл} = \text{Вб} \times 2\%, \quad (21)$$

где Впл – выручка планируемого года;

Вб – выручка базисного, предыдущего года.

2. Снижать себестоимость, за счет как постоянных, так и переменных затрат, проводить анализ по отдельным статьям расходов и выявлять резервы их минимизации. Снижение себестоимости является постоянным источником роста прибыли на предприятии. Следует обратить внимание, что одним из инструментов снижения показателя, является заработная плата персонала. Следовательно, необходимо разработать гибкую систему премирования и надбавок к основной заработной плате от эффективности работы сотрудников.

Основные затраты, отраженные в себестоимости, занимают достаточно высокий удельный вес от суммы общей выручки ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ», начиная с 2019 года видна отрицательная динамика удельного веса себестоимости в выручке компании, наглядно эта зависимость видна в таблице 26.

Рекомендованное автором работы снижение себестоимости из года в год минимум на 3%. Улучшение динамики показателя в большей степени даст возможность дополнительно увеличить прибыль.

Таблица 26 – Динамика себестоимости ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» за 2017–2020 гг.¹

Наименование показателя	за 2017 год		за 2018 год		за 2019 год		за 2020 год	
	тыс. руб.	в % к выручке	тыс. руб.	в % к выручке	тыс. руб.	в % к выручке	тыс. руб.	в % к выручке
Выручка	137 980	-	129 407	-	119 655	-	112 295	-
Себестоимость продаж	109 557	79,40	96 224	74,36	101 864	85,13	95 599	85,13

3. Планомерно снижать коммерческие и управленческие расходы.

Вертикальный анализ данных статей из таблицы 27 показал, что удельный вес данных расходов подлежит пересмотру.

В среднем, коммерческие и управленческие расходы составляют 10,8% от основного дохода, превышая на 2,6% прибыль от продаж. Необходимо разработать план мероприятий по снижению данных статей.

Таблица 27 – Коммерческие и управленческие расходы ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» за 2017–2020 гг.²

Наименование показателя	за 2017 год		за 2018 год		за 2019 год		за 2020 год	
	тыс. руб.	в % к выручке	тыс. руб.	в % к выручке	тыс. руб.	в % к выручке	тыс. руб.	в % к выручке
Выручка	137 980	-	129 407	-	119 655	-	112 295	-
Коммерческие расходы	29	0,02	0	-	0	-	0	-
Управленческие расходы	18 244	13,22	15 055	11,63	8 515	7,12	12 509	11,14
Итого коммерческие и управленческие расходы	18 273	13,24	15 055	11,63	8 515	7,12	12 509	11,14
Прибыль (убыток) от продаж	10 150	7,36	18 128	14,01	9 276	7,75	4 187	3,73

¹ Составлено автором

² Составлено автором

Автор работы рекомендует плановое снижение расходов на 5% ежегодно.

4. Находить пути дополнительных не коммерческих доходов.

По таблице 28 можно заметить, что сальдо между прочими доходами и расходами является убытком, за счет превышения расходов над доходами. Следовательно, резервом дополнительной прибыли предприятия является прочий доход компании. Необходимо разработать ряд мер по росту данного показателя.

В результате в планировании на 5 лет рост некоммерческих доходов будет заложен ежегодно на 0,5%, а снижение прочих расходов на 0,2%. Динамика процентов к получению являлась за анализируемый период положительной (в среднем темп прироста с 2017 по 2020 гг. составил 29%), в связи с этим в среднесрочном плане заложен рост процентов к получению 8%.

Таблица 28 – Прочие доходы и расходы ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» за 2017–2020 гг.¹

Наименование показателя	за 2017 год		за 2018 год		за 2019 год		за 2020 год	
	тыс. руб.	в % к выручке	тыс. руб.	в % к выручке	тыс. руб.	в % к выручке	тыс. руб.	в % к выручке
Проценты к получению	2 162	1,57	2 717	2,10	4 027	3,37	4 553	4,05
Прочие доходы	937	0,68	1 746	1,35	1 008	0,84	1 276	1,14
Прочие расходы	1 801	1,31	1 751	1,35	2 432	2,03	2 290	2,04
Разница между прочими доходами и расходами	-864	-0,63	-5	-0,00	-1 424	-1,19	-1 014	-0,90

Учитывая рекомендации для управленческих мероприятий по улучшению основных факторов, влияющих на формирование прибыли от продаж

¹ Составлено автором

предприятия, была составлена таблица 29 со среднесрочным планированием рассчитанных показателей.

Таблица 29 – Планирование прибыли ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» на 2021–2025 гг.¹

Наименование показателя	2018 год	2019 год	2020 год	Прогноз показателей				
				2021 год	2022 год	2023 год	2024 год	2025 год
Выручка	129407	119655	112295	114541	116832	119168	121552	123983
Себестоимость продаж	96 224	101864	95 599	94 586	93 583	92 591	91 610	90 639
Валовая прибыль (убыток)	33 183	17 791	16 696	19 955	23 249	26 577	29 942	33 344
Коммерческие расходы	0	0	0	0	0	0	0	0
Управленческие расходы	15 055	8 515	12 509	11 884	11 289	10 725	10 189	9 679
Прибыль (убыток) от продаж	18 128	9 276	4 187	8 072	11 959	15 852	19 753	23 665
Прочие доходы	937	1 746	1 008	1 276	1 340	1 407	1 477	1 551
Прочие расходы	1 801	1 751	2 432	2 290	2 244	2 199	2 155	2 112
Прибыль (убыток) до налогообложения	11 448	20 840	11 879	7 726	12 085	16 477	20 910	25 387
Чистая прибыль (убыток)	8 903	16 508	9 189	6 030	9 668	13 182	16 728	20 309
Прочие доходы	937	1 746	1 008	1 276	1 340	1 407	1 477	1 551

Прогноз основных категорий прибыли предприятия с учетом прогнозируемых улучшений отражен в диаграмме на рисунке 11.

¹ Составлено автором

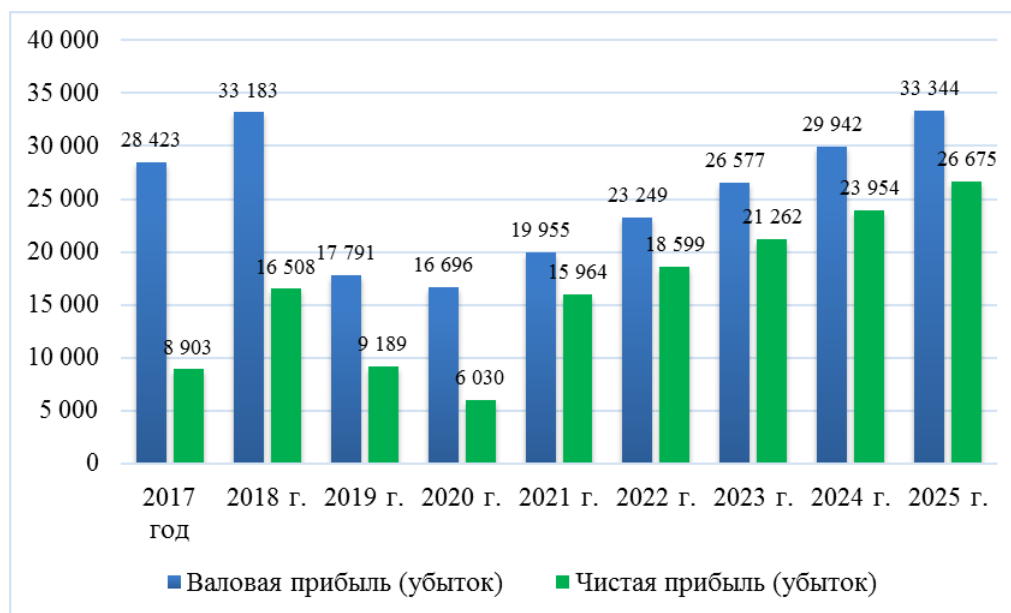


Рисунок 11 – Рост прогнозируемой прибыли ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» на 2021–2025 гг.¹

Итак, на основании предложенных мероприятий по оптимизации затрат и роста доходности предприятия ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» сделан расчет прогнозируемой прибыли. Максимальную динамику по годам показал рост прибыли от продаж в 2025 году (по отношению к 2020 году) в 5,7 раз, рост чистой прибыли составил за данный период 4,4 раза, а валовая прибыль выросла в 2 раза. Это говорит о том, что рост прибыли от продаж в большей степени произойдет из-за оптимизации затрат.

Стоит учесть, то при расчете себестоимости продаж учитывалось не только заложенное ежегодное снижение на 3%, но и динамика роста выручки, так как себестоимость напрямую зависит от объема продаж (соответственно, от выручки). Также рост абсолютного значения прибыли в среднесрочном прогнозировании не учитывал инфляционные процессы, то есть прибыль за 2021-2025 гг. указана в ценах 2020 года. Но стоит иметь в виду, что за такой длительный срок колебания уровня цен могут быть значительными. И рост прибыли будет не таким явным. Но целью данного расчета является выявление резервов, и разработка рекомендаций по их применению и как результат показать существенный рост основного финансового показателя – прибыль от продаж.

¹ Составлено автором

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной работе было проведено исследование экономической сущности финансовой категории прибыль, факторы ее формирования, особенности планирования и прогнозирования, проведен анализ хозяйственной и финансовой деятельности ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ», использованы методы планирования прибыли и рассчитаны показатели на будущий год. На основе анализа финансовых результатов выявлены резервы и разработаны рекомендации по улучшению показателя и его долгосрочное прогнозирование.

В достижении цели данной работы, были решены поставленные задачи, проведены исследования, расчеты и сделаны выводы с учетом особенностей работы данного предприятия.

Прибыль представляет собой конечный результат финансово-хозяйственной деятельности и является основным критерием оценки производственной и финансовой деятельности. Эффективная и стабильная работа предприятия не невозможна без планирования финансовых результатов, определения целей и стратегии. Планирование прибыли – это процесс формирования плана мероприятий и задач, которые необходимо реализовать и выполнить для получения прибыли в соответствии со стратегией развития предприятия на определенный предстоящий период времени.

Общий анализ финансово-экономических показателей ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» выполнен с помощью анализа баланса и отчета о финансовых результатах за 3 года (2017-2019 гг.). Проведен горизонтальный, вертикальный и факторный анализ финансового состояния предприятия, который выявил структуру и тенденции изменения основных финансовых показателей.

Было выявлено, что валовая и чистая прибыль по отношению к выручке имеет скачкообразную динамику. В динамике по годам валовая прибыль выросла на 16,76% в 2018 г. и снизилась на 46,39% в 2019 году. Чистая прибыль

имела также положительный результат в 2018 году (85,42%) и снижение в 2019 году (44,34%).

В формировании чистой прибыли ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» помимо выручки и себестоимости значительную роль играют управленческие расходы, они составляют 13,22% от выручки в 2017 году, но к 2019 году они составляют лишь 7,12% от выручки.

В целях анализа эффективности деятельности предприятия получены относительный показатель прибыли – рентабельность [47, с. 70]. Динамику всех видов рентабельности можно также охарактеризовать скачкообразностью. Заметно снизилась рентабельность оборотных активов, как следствие увеличения сроков оплаты продукции по договорам и увеличение срока оборачиваемости. Данный скачок связан со снижением постоянных затрат в 2018 году и ростом данных затрат в 2019 году, на что повлияла покупка основных средств и, соответственно, рост амортизационных отчислений.

В связи с тем, что годовая бухгалтерская отчетность ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» за 2020 год отсутствует, для проведения планирования и прогнозирования прибыли за 2021 год автором работы были использованы предварительные оценочные данные финансовых результатов за 2020 год.

На основе факторного анализа было выявлено, что основное негативное влияние на прибыль в 2019 году оказала себестоимость продукции и структура ассортимента реализованных товаров и услуг. Положительную динамику влияния на прибыль оказали коммерческие и управленческие расходы. В 2020 году динамика изменилась, тот же фактор, который в 2019 году оказал значительное негативное влияние (изменение себестоимости), оказал положительное влияние на прибыль от продаж, также и управленческие расходы сменили знак влияния с «плюса» на «минус». Как в 2019, так и в 2020 году наблюдалось совокупное негативное влияние факторов на прибыль от продаж (8,9 млн руб. в 2019 году и 5,1 млн руб. в 2020 году).

Данный анализ выявил основные резервы для разработки мероприятий по улучшению финансовой ситуации на предприятии (рост объема продаж,

увеличение доли более рентабельных видов товаров и предоставляемых услуг в общем объеме реализации и оптимизация управленческих затрат компании).

В целом положение предприятия ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» можно считать неустойчивым, оно недостаточно динамично развивается и теряет свое положение на рынке товаров и услуг, и, соответственно, прибыль.

Планирование прибыли на будущий период было основано на изучении деятельности ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ», что позволило из многообразия существующих методов планирования и прогнозирования принять к работе только те, для которых доступна исходная информация, возможности ее обработки, однородность и объем.

Для расчета плановых показателей прибыли использован маржинальный метод, который был дополнен несколькими методами в одном расчете: факторного влияния и метода экспертных оценок. В результате, плановая валовая прибыль в 2021 г. снизилась на 22%.

Был применен метод наименьших квадратов, основанный на показателях предыдущих периодов, который показал снижение планируемой валовой прибыли на 64%. Также была рассчитана плановая валовая прибыль методом среднего абсолютного прироста, ее результат составил снижение на 49%.

На основе использования несколько методик планирования прибыли, можно сделать вывод, что методы, которые основаны на опыте работы компании прошлых лет, не только не закладывают роста показателя, но и преувеличивают его снижение. Управляемым процессом планирования прибыли на будущие периоды являются методы, к расчету которых было принято влияние отдельных факторов, их динамика и результаты экспертных оценок.

На основе проведенных исследований были выявлены следующие проблемы планирования и прогнозирования прибыли компании: отсутствие системы планирования в организации, многообразие внешних и внутренних факторов, влияющих на прибыль, ограниченный объем информации для проведения расчетов, наличие среди факторов внешних труднопрогнозируемых,

игнорирование факторов, разобщенность структурных подразделений и отделов, принимающих участие в составлении планов и прочее.

Основное решение в преодолении указанных проблем заключалось в разработке и внедрении стратегического планирования прибыли.

Также были разработаны рекомендации по задействованию резервов роста прибыли от продаж:

- увеличить объем продаж группы слуг, которые имеют максимальный маржинальный доход (телефония);
- снижать себестоимость проводить анализ по отдельным статьям расходов и выявлять резервы их минимизации;
- планомерно снижать коммерческие и управленческие расходы;
- находить пути дополнительных некоммерческих доходов.

Данные рекомендации были применены для прогнозирования прибыли на среднесрочный период. На основании предложенных мероприятий по оптимизации затрат и роста доходности предприятия ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» сделан расчет прогнозируемой прибыли на 5 лет. Максимальную динамику по годам показал рост прибыли от продаж в 2025 году (по отношению к 2020 году) в 5,7 раз, рост чистой прибыли составил за данный период 4,4 раза, а валовая прибыль выросла в 2 раза.

Расчет значения прибыли в среднесрочном прогнозировании не учитывал инфляционные процессы, следовательно, рост прибыли будет не таким явным. Но так как целью данного расчета прибыли является влияние резервов на показатель планируемой прибыли, то достигнутые результаты являются высокими и значительно повысят эффективность деятельности компании.

По итогам проделанной работы можно сделать вывод, что при современных условиях функционирования, невозможно успешно управлять предприятием без эффективного прогнозирования и планирования его деятельности. От того, насколько прогнозирование и планирование будет точным и своевременным, насколько будет соответствовать поставленным задачам, будет зависеть, какие перспективы его ожидают в будущем.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Налоговый кодекс Российской Федерации Часть вторая от 05.08.2000 г. № 117-ФЗ (ред. от 29.12.2020).
2. Информация о тарифах, предельных уровнях тарифов (тарифных планов) на услуги местной телефонной связи, предоставляемые ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» на территории Новоуральского городского округа (Форма 9а - с 01.01.2017).
3. Политика в области качества ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» / Политика в области качества // ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ»
4. Бухгалтерская отчетность ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ» за 2017 – 2019 гг. // ООО «УЭХК-ТЕЛЕКОМ»
5. Агапова И.И. История экономической мысли: учебное пособие / И.И. Агапова Москва: ЭКМОС, 2009. – 248 с.
6. Алексеева, А.И. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие / А.И. Алексеева, Ю.В. Васильев. – Москва : КноРус, 2016. – 706 с.
7. Бабаев, Ю.А. Планирование на предприятиях. Учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» / Ю.А. Бабаев, А.М. Петров. Москва, 2018. – 487с.
8. Баканов М. И. Теория экономического анализа : учебное пособие / М. И. Баканов, А. Д. Шеремет. – Москва : Финансы и статистика, 2011. – 420 с.
9. Бариленко В. И. Анализ хозяйственной деятельности : учебное пособие / В. И. Бариленко. Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2009. – 356 с.
10. Барнгольц С. Б. Методология экономического анализа деятельности хозяйствующего субъекта : учебное пособие / С. Б. Барнгольц. – Москва : Академия, 2011. – 328 с.
11. Басовский, Л. Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: учебное пособие / Л. Е. Басовский. – Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 260 с.

12. Вайс Е. С. Планирование на предприятии (организации): учебное пособие для студентов вузов (бакалавриат) / Е. С. Вайс. – Москва : КНОРУС, 2015. – 335 с.
13. Вердиева Ю. Н. Управление финансово - экономической устойчивостью предприятия в условиях экономического кризиса : учебное пособие / Ю. Н. Вердиева. – Москва : АСВ, 2013. – 89 с.
14. Веретенникова О.Б. Финансы организаций (предприятий): учебное пособие / О.Б. Веретенникова, В.И. Майданик – Екатеринбург: Изд. Урал. гос. экон. ун-та, 2016. Ч. 2. – 188 с.
15. Горемыкин В.А. Планирование на предприятии : учебник для бакалавров / В. А. Горемыкин. – Москва : Юрайт, 2014. – 857 с.
16. Карпова Е. Н. Долгосрочная финансовая политика организации : учебное пособие / Е. Н. Карпова Москва : АЛЬФА-М; ИНФРА-М, 2014. 208 с.
17. Киселев М. В. Анализ и прогнозирование финансово-хозяйственной деятельности предприятия : учебное пособие / М. В. Киселев. – Москва : АиН, 2011. – 86 с.
18. Конищева М. А. Финансовое планирование : учебное пособие / М. А. Конищева, Ю. И. Черкасова. – Красноярск : СФУ, 2016. – 254 с.
19. Панова А. К. Планирование и эффективная организация продаж: практическое пособие / А. К. Панова. – Москва : Дашков и К, 2013. – 192 с.
20. Савицкая Г. В. Методика комплексного экономического анализа хозяйственной деятельности : учебное пособие / Г. В. Савицкая. – Москва : ИНФРА-М, 2016. – 432 с.
21. Савченко Н. Л. Корпоративные финансы : учебное электронное текстовое издание / Н. Л. Савченко ; научный редактор Ю.В. Леонтьева ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург : УрФУ, 2017. – 229 с.
22. Стрелкова Л. В. Внутрифирменное планирование : учебное пособие / Л. В. Стрелкова, Ю. А. Макушева – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 367 с.

23. Сулова Ю.Ю. Прибыль предприятия: учебное пособие / Ю.Ю. Сулова – Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2014. 120 с.
24. Терещенко А. О. Финансовая деятельность субъектов хозяйствования : учебное пособие / А. О. Терещенко. 2014. – 59 с.
25. Финансовое планирование и прогнозирование : учебное пособие / Е. А. Разумовская и др. ; под общей редакцией Е. А. Разумовской ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина. — Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2017. – 284 с.
26. Бланк И. А. Управление прибылью / И. А. Бланк. – К.: «Ника-Центр», 2012. – 544 с.
27. Бланк И. А. Управление финансовыми ресурсами / И. А. Бланк — Москва: Омега-Л, 2011. — 768 с.
28. Глушков, И.Е. Планирование на современном предприятии / И.Е. Глушков, Т.В. Киселева // Эффективная настольная книга бухгалтера – Москва: «КноРус»; Новосибирск: «ЭКОР-книга», 2014. – 637 с.
29. Клишевич Н. Б. Финансы организаций: менеджмент и анализ / Н. Б. Клишевич – Москва: КНОРУС, 2016. – 245 с.
30. Конотопов М.В. История и философия экономики / М.В. Конотопов – Москва: КНОРУС, 2010. 664 с.
31. Порядина И. В. Мероприятия по прогнозированию прибыли как основного показателя деятельности предприятия / И. В. Порядина, Г. Б. Алина, Н. В. Кабашева – Дискурс. – 2017.
32. Бекетов Г. В. Бюджетное планирование и бюджетирование на предприятиях / Г. В. Бекетов // Экономический анализ: теория и практика. – 2014. – № 5. – С. 14–17.
33. Белкина В. А. Прогнозирование финансовых результатов // В мире научных открытий. Материалы II Международной студенческой научной конференции. – 2018. – С. 107.

34. Греченюк А. В. Практические аспекты и особенности анализа отчета о финансовых результатах организации / А. В. Греченюк // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. – 2014. – С. 61–66
35. Гурнович Т. Г. Прогнозирование прибыли коммерческой организации на основе факторной модели / Т. Г. Гурнович, Е. А. Остапенко, О. С. Завадская // Взаимодействия бизнеса с социально-экономической сферой в условиях модернизации экономики и образования: материалы II международной научно-практической конференции ФГБОУ ВО «ВГАФК». Научное общество молодых исследователей ВГАФК – Волгоград, 2018. – 326 с.
36. Бувальцова, С.С. Проблемы и перспективы развития планирования и оптимизации прибыли предприятия в современных условиях развития экономики / С.С. Бувальцова // Новая наука: Опыт, традиции, инновации. 2016. № 5-1 (83). С. 31-33.
37. Ванекрович Г.С. Стратегическое планирование коммерческих организаций, направленное на формирование собственных производственных мощностей в условиях системы импортозамещения / Г.С. Ванекрович // Экономика и управление: новые вызовы и перспективы. 2015. С. 179-185
38. Воробьев, Ю.Н., Еремейчук, Я.С. Проблемы и перспективы усовершенствования планирования прибыли предприятия / Ю.Н. Воробьев, Я.С. Еремейчук / Science Time. 2016. № 9 (33). С. 72-79.
39. Дробат, С.Т. Планирование доходов и расходов в торговле / С.Т. Дробат // Международный студенческий научный вестник. 2017. № 9. С. 263
40. Дурнаева, И.В. Факторный анализ финансовых результатов / И.В. Дурнаева // Молодой ученый. 2017. №8. С. 119-124
41. Ещенко Е. С. Показатели прибыли и рентабельности и их влияние на финансово-хозяйственную деятельность субъектов экономики // Молодой ученый. — 2019. — №9.2. — С. 21-23.
42. Жамьянова, С.Ц. Планирование прибыли на предприятии / С.Ц. Жамьянова // Инновационная наука. 2016. № 5-1 (17). С. 67-69.

43. Заверза Н.А. Пути увеличения прибыли коммерческой организации / Н.А. Заверза // Экономика и управление: новые вызовы и перспективы. 2016. Т. 10. С. 81-84
44. Каменская, Е.А. Проблема риска и управления им / Е.А. Каменская // Стратегическое управление инновационным развитием экономики России: межвузовский сборник научных трудов. Выпуск №9. – СПб. 2019. – С.417-418.
45. Карманова, И.А., Насретдинова З.Т. Анализ динамики и прогноз развития финансовых результатов / И.А. Карманова, З.Т. Насретдинова // Международный студенческий научный вестник. 2015. № 5-5. С. 50-53.
46. Колачева Н. В. Финансовый результат предприятия как объект оценки и анализа / Н. В. Колачева, Н. Н. Быкова. Вестник НГИЭИ // Актуальные проблемы экономики и права. 2014. № 4 (32). С. 215-221.
47. Курова Г.М. Рентабельность экономических организаций и уровень развития партнерства / Г. М. Курова // Российское предпринимательство. – 2019. № 8 (189). С. 69-74
48. Колесникова Е. А. Прогнозирование прибыли с использованием факторной модели на примере ОАО «Хабаровский аэропорт» / Е. А. Колесникова // Научное сообщество студентов XXI столетия. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ – 2014. С. 77-85
49. Кошелева В. И. Политика формирования и распределения прибыли на предприятии / В. И. Колесникова. Вестник Прикамского социального института. 2017. №3 (78). С. 16-17.
50. Круг, Э. А. Использование экономико-статистического метода при прогнозировании объема продаж продукции / Э.А. Круг // Молодой ученый. - 2013. - №4. - С. 238-241.
51. Мануйленко В.В. Экономическая сущность, виды и функции прибыли хозяйствующего субъекта: современный аспект / В.В. Мануйленко // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2012. № 33. С. 2-11.

52. Огоркина, В.А. Показатели рентабельности торговой организации и методика их расчета / В.А. Огоркина // Молодой ученый. - 2016. - №12. - С. 308-311
53. Почекаева О. В. К вопросу о прогнозировании прибыли коммерческих организаций / О. В. Почекаева, Е. А. Посадова // Молодежный научный вестник. – 2016. №7. С. 22-27.
54. Хижняк Е. А. Формирование системы стратегического управления затратами / Е. А. Хижняк // Проблемы современной экономики. 2014. № 1(21). С. 21-25.
55. Чихун Л. П. Факторы, влияющие на конкурентоспособность телекоммуникационных компаний на мировом рынке / Л. П. Чихун, М. С. Токарева // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. 2020. №6. С. 20-25.
56. Шадурская М. М. Прибыль и рентабельность предприятия / М. М. Шадурская, Н. С. Давтян // XI Международная конференция «Российские регионы в фокусе перемен». Екатеринбург : Издательство УМЦ УПИ, 2016. – Ч. 2. – С. 978-983.
57. Шеина Е. Г. Политика формирования и распределения прибыли на предприятии / Е. Г. Шеина, В. И. Кошелева // Вестник Прикамского социального института. 2017. № 3 (78) С. 89–98.
58. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства / Поиск по реестру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rmsp.nalog.ru/search.html> (дата обращения: 15.12.2020).
59. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики / Цены в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/bgd/regl/b20_17/Main.htm (дата обращения: 19.01.2021.)
60. Росстат / Об индексе потребительских цен в декабре 2020 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gks.ru/> (дата обращения: 18.01.2021).