

УДК 658.15

Бражников А.А.

студент

Научный руководитель: Колесникова А.В., к.э.н., доцент

АНО ВО "Международный банковский институт имени Анатолия Собчака"

СПОСОБЫ ОЦЕНКИ ПЛАНИРОВАНИЯ И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация: В настоящей статье рассмотрены основные способы оценки при планировании и прогнозировании прибыли организации, а также дается характеристика каждому из рассмотренных способов. В частности производится расчет прогнозирования и планирования прибыли на примере компании ООО «ГРАНД»

Ключевые слова: прибыль, капитал, методы оценки планирования прибыли, методы оценки прогнозирования прибыли, конкурентоспособность, финансовые результаты, выручка, финансово-хозяйственная деятельность организации.

Brazhnikov A.A.

student

Scientific supervisor: Kolesnikova A.V., Candidate of Economics,

Associate Professor

ANO VO "Anatoly Sobchak International Banking Institute"

WAYS TO EVALUATE THE PLANNING AND FORECASTING OF THE PROFIT OF THE ORGANIZATION

Abstract: This article discusses the main methods of evaluation when planning and forecasting the profit of an organization, and also gives a description of each of the methods considered. In particular, the calculation of

forecasting and profit planning is carried out on the example of the company "GRAND" LLC

Keywords: profit, capital, methods of profit planning assessment, methods of profit forecasting assessment, competitiveness, financial results, revenue, financial and economic activity of the organization.

В нашем современном обществе существует большое количество организаций, которые конкурируют друг с другом. Конкуренентоспособность организации определяется не только их выручкой организации, капиталом, но и также основной прибылью.

Прибыль позволяет организации получать оплату за свою деятельность, а также формировать бюджет, направленный на совершенствование всей организации в целом. Также прибыль свидетельствует об эффективности всего производства организации, а также о качестве предоставляемой услуги или производимого товара.

Иными словами, благодаря прибыли каждая организация может вести свою деятельность долгое время, а также развиваться.

Именно поэтому роль прибыли для организации сложно переоценить, поскольку без них организация не может вообще вести свою деятельность.

Очень важным показателем в организации также является планирование и прогнозирование прибыли организации.

Планированием в организации считается практическая деятельность сотрудников, направленная на изучение рыночных отношений между капиталом и трудом в процессе производства, потребления и распределения материальных ценностей [2, с. 65].

Основная методика планирования прибыли в организации описывает состав различных способов и методов, а также конкретных показателей, которые касаются разработки плана.

Планирование прибыли – это очень важная деятельность, позволяющая рассчитать ту часть прибыли, которую компания получит в следующем отчетном периоде.

Далее рассмотрим наиболее основные и современные методы планирования прибыли в организации.

1. Метод прямого счета

Данный метод позволяет определить будущую прибыль организации. Прибыль рассчитывается как разница между планом выручки и полной себестоимостью.

В основном ее лучше всего использовать в организациях, которые имеют небольшое количество ассортимента, а также в тех случаях, когда известна отпускная цена.

Данный метод подразумевает использование следующей формулы:

$$\text{Пр(план)} = \text{Выр(план)} - \text{Себ(факт)}, \text{ где}$$

Пр(план) – план прибыли по видам реализации продукции;

Выр(план) – планируемая выручка в фактических ценах;

Себ(факт) – себестоимость реализации планируемого периода.

Также данный метод позволяет применять такую формулу как:

$$\text{Пр (план)} = \text{Выр} - \text{Себ} - \text{Налоги (НДС, акцизы)}, \text{ где}$$

П (план) – запланированная прибыль от реализации продукции,

Выр – выручка за текущий год,

Себ – себестоимость.

2. Метод взаимосвязи выручки, затрат и прибыли

Основная сущность данного метода заключается в связи между затратами, прибылью и выручкой. Затраты разделяются на постоянные и переменные.

В основе данного метода лежит следующее утверждение: «Для того, чтобы запланировать прибыль, необходимо построить вспомогательный

график, определяющий точку безубыточности, а также конкретный объем продаж, что позволит получить итоговую прибыль».

3. Аналитический метод

Аналитическим методом планирования прибыли называется многофакторный метод, который позволяет определить, как каждый из факторов влияет на результативность деятельности компании. В данном методе учитываются также и показатели из прошлых периодов, а также анализируется прибыль, проводится анализ ее доли в общем доходе организации, а после этого происходит коррекция объема продаж либо объема производства.

Данный метод является очень сложным, поскольку на прибыль влияет достаточно много факторов. К таким факторам можно отнести и себестоимость продаж, постоянные и переменные затраты, цену за единицу товара, а также планируемый объем продаж.

Данный анализ проводится без учета детализации всех видов деятельности. Исключением являются виды продаж по той продукции, которую никак нельзя сравнить между собой.

Такой метод планирования рекомендуется использовать, если нет точной информации о себестоимости или количестве объекта реализации.

Далее изучим сущность прогнозирования прибыли и его основные способы.

Прогнозирование – это важная составляющая любой компании, поскольку она позволяет выявить тенденции развития организации в условиях, когда имеются постоянные изменения, а также изменения различных факторов внутренней и внешней среды. Также прогнозирование – это поиск мероприятий рационального типа для поддержания устойчивости всей экономической системы организации.

Само по себе прогнозирование предполагает под собой:

-Проведение анализа экономических, технических и социальных процессов, которые происходят либо в самой организации, либо конкретно в ее окружении;

-Формирование будущего видения организации, а также выявление основных задач, которые требуют решения;

-В прогнозирование также входят определение и анализ существующих стратегий в организации;

Сам процесс прогнозирования может состоять из таких этапов как:

-Выявление основных потребностей организации при осуществлении прогноза;

-Определение объекта прогнозирования;

-Установка и проведение анализа активных факторов прогнозного фона;

-Разработка отдельной информационной базы;

-Определение основных методов и моделей прогноза;

-Разработка и проведение оценки вариантов;

-Формирование конкретных предложений для принятия конечного решения.

Прогнозы представляют из себя отдельную форму для предвидения итогового результата при достижении разработанной цели по конкретному промежутку времени и по конкретным ресурсам [9, с. 234].

Экономическое прогнозирование берет свое начало с того момента, когда сама организация имеет желание выявить спрос на рынке.

К основным задачам экономического прогнозирования относятся следующие положения, такие как:

-Определить ресурсы и основные направления по их распределению в будущем, по которым организация может осуществлять свою деятельность;

-Выявить нижние и верхние границы получаемых результатов по объектам прогнозирования;

-Изучить все возможные ресурсы, которые необходимы для развития всей организации.

Как правило, прогнозирование основывается на несколько специальных методов, чтобы осуществить наиболее точный прогноз. Но довольно часто в практических ситуациях руководители компаний не используют разные методы.

Прогноз прибыли обязательно нужен компаниям не только для того, чтобы определить финансовые показатели, но и также для того, чтобы разработать целостные стратегии и тактики для тех или иных прогнозов. Однако, стоит понимать, что осуществление прогноза – это не основная цель организации, поскольку все прогнозы не должны являться очень точными. Сами прогнозы необходимы для того, чтобы точно отразить всю специфику деятельности компании, что позволит принять наиболее правильное решение.

К основным методам прогнозирования относятся:

Методы прогнозирования можно разделить на статистические и экспертные методы. Рассмотрим их более подробно.

Экспертные методы

При выборе и применении экспертных методов проводится опрос среди экспертов. В качестве экспертов выступают генеральные, коммерческие или финансовые директора. Также экспертами могут являться маркетологи, финансовые аналитики и консультанты.

Данные методы применяют почти все компании, но такие методы лучше всего использовать, когда существует непредсказуемый и нестабильный рынок, прогноз которого с помощью различных математических формул практически невозможен. Успешность

использования таких методов зависит от квалификации и количества экспертов, которых удастся привлечь для работы.

Статистические методы

Напротив, в другой ситуации, когда рынок более менее стабилен, возможно использовать статистические методы. Основная суть данных методов заключается в том, что анализируемый показатель будет изменяться по нынешним законам, что и в прошлом. Статистические методы применяются во всех компаниях, использующие для работы такие программы как Excel, либо такие специализированные статистические программы как SPSS, Statistica и т. д.

Из статистических методов можно выделить два определенных методов, а именно метод цепных индексов и метод построения тренда.

Построение тренда. Основная часть статистических методов прогнозирования базируется на построении тренда, то есть на построении математического уравнения, который описывает поведение прогнозируемого показателя.

В качестве примера данного метода можно привести уравнение зависимости объема продаж от времени. Динамика показателя может описываться как прямой линией (линейный тренд), так и кривой (нелинейный тренд).

Метод цепных индексов. Если в прогнозировании нужно учитывать сезонные колебания, то можно использовать метод цепных индексов. Для этого нужно рассчитать цепные индексы продаж, а далее необходимо найти среднее значение такого индекса для каждого конкретного периода времени. Далее объем продаж последнего отчетного периода необходимо умножить на индекс следующего. И в итоге полученное значение и является прогнозом на первый период. Для того, чтобы вычислить прогноз на следующие периоды, необходимо повторить все эти действия.

В данном исследовании мы изучим финансово-хозяйственную деятельность компании ООО «ГРАНД», и затем мы проведем оценку планирования и прогнозирования прибыли организации, выбрав два метода.

ООО «Гранд» является компанией, которая была зарегистрирована в 2004 году в городе Фрязино, является субъектом малого и среднего предпринимательства. ООО «Гранд» занимается арендой и управлением собственным и арендованным имуществом.

Финансовые результаты не только демонстрируют производительность организации, а также показывает ее стабильность, но также благодаря ей можно понять, насколько эффективен персонал, насколько правильно выработана та или иная стратегия по развитию персонала.

Также на примере компании ООО «Гранд» мы проанализируем ее финансовую устойчивость, после чего можно будет спрогнозировать ее прибыль.

Для проведения финансового анализа необходимо изучить бухгалтерскую отчетность организации, а также отчетность о финансовых результатах. Изучим динамику финансовых и экономических результатов за последние отчетные три года.

Таблица 1 – Основные экономические показатели ООО «ГРАНД» за 2020-2022

Основные показатели	2022г	2021г	2020г
Основные средства	264274	351442	307333
Доходные вложения в материальные ценности	-	-	-
Финансовые вложения	30104	30105	30105
Отложенные налоговые активы	2968	871	1
Итого по разделу I - Внеоборотные активы	297346	382418	337439
Запасы	44303	35188	17947
Налог на добавленную стоимость по приобретенным	754	209	1261

ценностям			
Дебиторская задолженность	669637	779632	586312
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1134410	1251370	1133600
Денежные средства и денежные эквиваленты	16071	13971	8568
Прочие оборотные активы	154047	23712	25544
Итого по разделу II - Оборотные активы	2019230	2104080	1773230

Исходя из данной таблицы, можно сказать, что компания ООО «ГРАНД» по итогам 2022 года имеет намного меньше основных средств чем в 2021 году, и всего основных средств по сравнению с данным периодом на 2022 год меньше на 87 168 тыс. рублей, что является плохим показателем, и говорит о том, что в конце 2021 году организация потеряла часть основных средств. В 2022 году данный показатель имеет 264 274 тыс. рублей, а в 2021 году данный показатель имеет 351 442 тыс. рублей. Если сравнивать нынешний показатель с показателем основных средств в 2020 году, то он тоже меньше чем в 2020 году, но на 43 059 тыс. рублей. В 2022 году основных средств намного меньше, чем в предыдущих годах.

Дебиторская задолженность по итогам 2022 года составила около 669637 тыс. рублей, а кредиторская задолженность составляет 1371800 тыс. рублей, что позволяет нам сделать вывод о том, что компания имеет много незакрытых долгов. Отсюда можно сказать, что экономические показатели компании находятся на довольно нестабильном уровне.

Далее рассмотрим основные финансовые результаты организации ООО «ГРАНД»

Таблица 2.2 Финансовые результаты ООО «ГРАНД» за 2020-2022

Основные показатели	2022г	2021г	2020г
Выручка	303816	250474	294774
Себестоимость продаж	109358	142637	261798
Валовая прибыль (убыток)	194458	107837	32976

Управленческие расходы	2968	871	1
Прибыль (убыток) от продаж	297346	382418	337439
Проценты к получению	38393	52338	99032
Проценты к уплате	63286	45584	20750
Прочие доходы	41562	16899	6053
Прочие расходы	35271	33064	25924
Прибыль (убыток) до налогообложения	5331	3444	14561
Текущий налог на прибыль	-1115	1617	-3852
Чистая прибыль (убыток)	4216	4190	9849
Совокупный финансовый результат периода	4216	4190	9849

Как видно из финансового результата ООО «ГРАНД», выручка стала больше по сравнению с предыдущими годами. В 2022 году выручка организации составляет 303 816 тыс. рублей, что на 53 342 тыс. рублей больше чем в 2021 году. И данный показатель больше на 9 042 тыс. рублей чем в 2020 году, что является также положительным показателем. Это позволяет сделать вывод о том, что выручка организации сильно выросла по сравнению с предыдущим годом и незначительно выросла по сравнению в 2020 годом. Однако чистая прибыль в 2022 году не стала намного выше по сравнению с 2021 годом, а также почти в два раза меньше, чем чистая прибыль в 2020 году. Чистая прибыль в 2022 году стала больше на 26 тыс. рублей по сравнению с 2020 годом, однако по сравнению с 2020 годом чистая прибыль стала на 5 633 тыс. рублей меньше, что является существенным показателем.

Далее рассчитаем показатели ликвидности организации.

Коэффициент общей ликвидности = Текущие активы/Текущие обязательства

Коэффициент общей ликвидности = $(669\,637 + 16\,071) / 1371800 = 0,49$

Так как коэффициент общей ликвидности меньше чем 1, то можно сказать о том, что организация является нестабильной в финансовом плане,

и что она не способна на данный момент оплачивать все свои обязательства.

Далее рассчитаем коэффициент абсолютной ликвидности для того, чтобы понять полную картину финансовой устойчивости организации. Данный коэффициент можно рассчитать с помощью следующей формуле:

$$K_{ал} = (ДС+ФВ)/КО$$

Где:

ДС – любые денежные средства компании (на счетах, в кассе);

ФВ – краткосрочные финансовые вложения, позволяющие быстро выручить деньги, например, продав имущество;

КО – краткосрочные обязательства.

$$K_{ал} = (16071+1134410)/ 1371800 = 0,84$$

Исходя из результата, можно сделать вывод, что коэффициент абсолютной ликвидности также меньше 1, организация не имеет никаких денежных средств, которые способны погасить все задолженности.

Далее осуществим планирование прибыли с помощью метода прямого счета.

$$Pr(\text{план}) = \text{Выр} - \text{Себ} - \text{Налоги (НДС, акцизы)}, \text{ где}$$

П (план) – запланированная прибыль от реализации продукции,

Выр – выручка за текущий год,

Себ – себестоимость.

Подставим в формулу данные за 2022 год, для того, чтобы рассчитать запланированную прибыль на 2023 год.

$$Pr(\text{план}) = \text{Выр} - \text{Себ} - \text{Налоги (НДС, акцизы)},$$

$$Pr(\text{план}) = 303816 - 109358 - (-1115)$$

$$Pr(\text{план}) = 195\,573$$

Отсюда, получается, что в 2023 году запланированная прибыль компании ООО «ГРАНД» является 195 573, что на 1 115 тыс. руб больше чем аналогичный показатель в 2022 году.

Теперь спрогнозируем прибыль компании в 2023 с помощью метода построения линии тренда. Для этого используем программу Excel.

При построении графика мы получили следующее уравнение. 2020 год мы обозначили как 1 период, 2021 года мы обозначили как 2 период, 2022 год обозначили как 3 период и 2023 год обозначили как 4 период.

В результате мы получили следующее уравнение линии тренда

$$y=80741x-49725$$

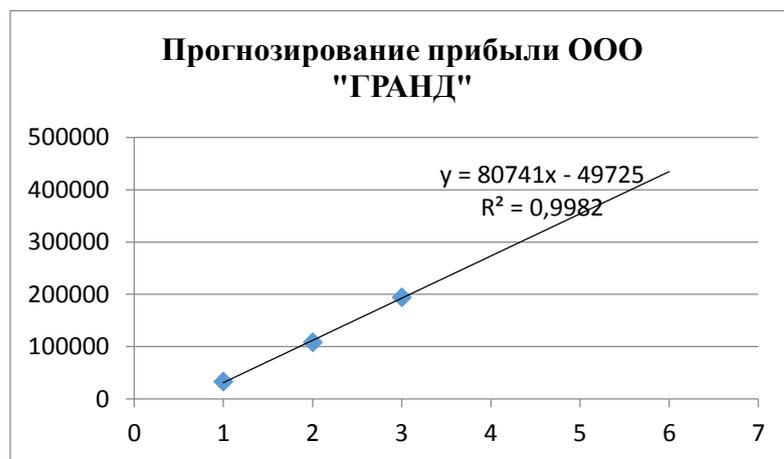


Рисунок 1. – Прогнозирование прибыли ООО «ГРАНД» в 2023 году

Для того, чтобы спрогнозировать прибыль в 2023 году, мы подставим значения в следующее уравнение:

$$y=80741x-49725,$$

где y – значение прибыли в 2023 году

x – значение периода, то есть 4 период (2023го)

В итоге мы получим:

$y=(80741 * 4) - 49725 = 273239$, это значит, что по прогнозам по методу построения линии тренда прибыль компании ООО «ГРАНД» в 2023 году будет составлять 273 239 тыс. рублей, что на 78 781 тыс. рублей, больше чем в 2022 году.

В итоге мы получаем, что согласно оценке прогнозирование прибыли в 2023 году компания должна намного увеличить свою прибыль,

однако согласно оценке планирования прибыли в 2023 году прибыль может быть увеличена не совсем значительно.

Отсюда можно сделать вывод, что планирование позволяет поставить перед собой цель для того, чтобы деятельность организации развивалась и не стояла на одном месте. Прогнозирование позволяет организации понять свои перспективы и оценить свои реальные шансы на увеличение собственной прибыли.

Использованные источники:

1. Астахов, В.Н. Бухгалтерский (финансовый) учет: учебное пособие. /В.Н. Астахов – М.: ПРИОР, 2018, 672 с.
2. Бердников А. А. Анализ прибыли и рентабельности организации: теоретический аспект [Текст] / А. А. Бердников // Молодой ученый. — 2017. — №2. — С. 111-113.
3. Бернштейн, Л.А. Анализ финансовой отчетности / Л.А. Бернштейн -М.: Финансы и статистика, 2019. – 184 с.
4. Бляхман, Л.С. Основы функционального и антикризисного менеджмента: учебное пособие / Л.В. Бляхман — СПб.: Изд-во Михайлова, 2017. — 380 с.
5. Бородина, Е.И. Финансы предприятий: учебное пособие / Е.И. Бородина — Банки и биржи, ЮНИТИ, 2020. — 300с.
6. Бухалков, М.И. Планирование на предприятии [Текст]: учебник / М.И. Бухалков. – 4-е изд., испр. и доп. – М.:ИНФРА-М, 2019, — 421 с. – (Высшее образование).
7. Ван Хорн Дж. К.В. Основы управления финансами / К.В. Ван Хорн Дж. — М: Финансы и статистика, 2018. — 198 с.
8. Васин, Ф.П. Системы организации управленческого учета: стандарт-кост, нормативный учет, директ-кост / Ф.П. Васин — Бухгалтерский вестник, 2018.-356с.

9. Кибанов А. Я., Ивановская Л. В. Кадровая политика и стратегия управления персоналом. Учебно-практическое пособие. — М.: Проспект. 2020. 64 с.

10. Климов, Н. А. Стратегическое управление персоналом в организациях / Н. А. Климов, Л. Л. Чиркова // Международный журнал прикладных наук и технологий «Integral». 2019. – №2. – С. 54-59.