

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПРИБЫЛИ НА ОСНОВЕ ФАКТОРНОЙ МОДЕЛИ

Е. И. ФОМИНА

В статье были рассмотрены основные факторы, влияющие на прибыль предприятия и разработаны мероприятия по ее увеличению.

Ключевые слова: прибыль, факторный анализ, выручка от продаж, цена, себестоимость, управленческие расходы, оптимизация, распределение прибыли, прогноз прибыли.

В свете сегодняшних экономических проблем актуальным становится анализ текущей деятельности предприятия при помощи оценки динамики развития его финансово-хозяйственного состояния.

При оценке самым главным условием определяется критерий, согласно которому темпы роста прибыли должны превышать рост объема продаж, который, в свою очередь, должен быть выше темпов роста активов предприятия. Все это означает, что рост экономического потенциала предприятия, при одновременном возрастании темпа реализации, сопровождается увеличением прибыли еще в более быстрых темпах (из-за снижения издержек производства). Это – «золотое» экономическое правило обеспечения устойчивости предприятия.

Основными факторами, влияющими на прибыль предприятия, являются, прежде всего, выручка от продажи продукции, товаров (работ, услуг) или доход от основной деятельности и расходы (себестоимость и прочие) [1].

С целью прогнозирования прибыли нами были произведены расчеты на примере предприятия ЗАО «Лукошкинский карьер».

При проведении факторного анализа необходимо учитывать влияние инфляции. Предположим, что за последние три года цены на продукцию возросли в среднем на 11,3 %. Тогда индекс цены: $J_y = 100 + 11,3/100 = 1,113$.

Следовательно, выручка от продажи ЗАО «Лукошкинский карьер» в 2006-2008 гг. в сопоставимых ценах будет равна:

$$B' = B_1 / J_{ц} \quad (1)$$

где B' – выручка от продажи в сопоставимых ценах,

B_1 – выручка от продажи продукции в отчетном периоде.

$$B'_{2006} = 31163/1,113 = 27999,101 \text{ тыс. руб.}$$

$$B'_{2007} = 84758/1,113 = 76152,74 \text{ тыс. руб.}$$

$$B'_{2008} = 115331/1,113 = 103621,74 \text{ тыс. руб.}$$

Следовательно, выручка от продажи продукции в 2007 г. по сравнению с 2006 г. увеличилась за счет роста цены на 8605,26 тыс. руб., а в 2008 г. – на 11709,26 тыс. руб.

$$\Delta B'' = B_1 - B' \quad (2)$$

$$\Delta B^{\text{кол-во товаров}} = B' - B_0 \quad (3)$$

$$\Delta B''_{2006} = 31163 - 27999,101 = +3163,899 \text{ тыс. руб.}$$

$$\Delta B''_{2007} = 84758 - 76152,74 = +8605,26 \text{ тыс. руб.}$$

$$\Delta B''_{2008} = 115331 - 103621,74 = +11709,26 \text{ тыс. руб.}$$

$$\Delta B^{\text{кол-во товаров}}_{2006} = 27999,101 - 25936 =$$

$$+2063,101 \text{ тыс. руб.}$$

$$\Delta B^{\text{кол-во товаров}}_{2007} = 76152,74 - 31163 =$$

$$+44989,74 \text{ тыс. руб.}$$

$$\Delta B^{\text{кол-во товаров}}_{2008} = 103621,74 - 84758 =$$

$$+18863,74 \text{ тыс. руб.}$$

Увеличение количества реализуемой продукции привело к росту выручки в 2006 г. на 2063,101 тыс. руб., в 2007 г. на 44989,74 тыс. руб., а в 2008 г. на 18863,74 тыс. руб. А общий прирост выручки в 2007 г. составил 53595 тыс. руб., в 2008 г. – 30573 тыс. руб., в том числе за счет повышения цен на 11,3 %.

Определения степени влияния изменения цены на изменение суммы прибыли от продажи определяем:

$$\Delta \Pi^{\text{п(ц)}} = \Delta B'' \times R_0 / 100, \quad (4)$$

где $\Delta B''$ – показатель изменения выручки от продажи под влиянием цены,

R_0 – рентабельность продаж в базисном периоде.

$$\Delta \Pi^{\text{п(ц)}}_{2006} = +3163,899 \times 4,28/100 = +135,38 \text{ тыс. руб.}$$

$$\Delta \Pi^{\text{п(ц)}}_{2007} = +8605,26 \times 22,71/100 = +1954,25 \text{ тыс. руб.}$$

$$\Delta \Pi^{\text{п(ц)}}_{2008} = +11709,26 \times 23,14/100 = +2709,52 \text{ тыс. руб.}$$

Таким образом, прирост цен на продукцию в 2006 г. по сравнению с прошедшим периодом в среднем на 11,3 % привел к увеличению суммы прибыли от продажи на 135,38 тыс. руб., в 2007 г. – на 1954,25 тыс. руб., в 2008 г. – на 2709,52 тыс. руб.

Влияние на сумму прибыли от продажи изменения количества проданной продукции рассчитываем следующим образом:

$$\Delta T^{П(К)} = [(B_1 - B_0) - \Delta B^ц] \times R_0 / 100 \quad (5)$$

$$\Delta T^{П(К)}_{2006} = [(31163 - 25936) - 3163,899] \times 4,28 / 100 = + 88,3 \text{ тыс. руб.}$$

$$\Delta T^{П(К)}_{2007} = [(84758 - 31163) - 8605,26] \times 22,71 / 100 = + 10217,17 \text{ тыс. руб.}$$

$$\Delta T^{П(К)}_{2008} = [(115331 - 84758) - 11709,26] \times 23,14 / 100 = + 4365,06 \text{ тыс. руб.}$$

Так как влияние получилось положительным, т. е. в результате увеличения за анализируемый период объема полученной выручки в сопоставимых ценах, сумма прибыли от продажи увеличилась на 88,3 тыс. руб. в 2006 г., на 10217,17 тыс. руб. в 2007 г. и на 4365,06 тыс. руб. в 2008 г., потому что на выручку, помимо цены, влияет и количество реализуемой продукции (товаров).

Влияние фактора «Себестоимость проданной продукции» рассчитываем на основе формулы:

$$\Delta T^{П(С)} = B_1 \times (УС_1 - УС_0) / 100, \quad (6)$$

где $УС_1$ и $УС_0$ – уровни себестоимости в отчетном и базисном периодах.

$$\Delta T^{П(С)}_{2006} = (31163 \times (+5,12)) / 100 = 1595,55 \text{ тыс. руб.}$$

$$\Delta T^{П(С)}_{2007} = (84758 \times (-8,8)) / 100 = 7458,7 \text{ тыс. руб.}$$

$$\Delta T^{П(С)}_{2008} = (115331 \times (-1,25)) / 100 = 1441,64 \text{ тыс. руб.}$$

Себестоимость 2006-2008 гг. увеличилась на 5714 тыс. руб., на 37533 тыс. руб., на 21543 тыс. руб., а уровень ее по отношению к выручке от продажи также увеличился на 5,12 %. Это означает, что рост себестоимости привел к уменьшению суммы прибыли на 1595,55 тыс. руб.

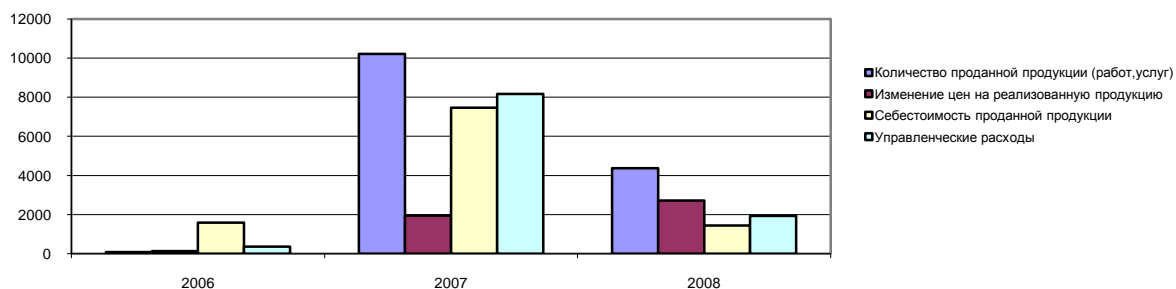


Рис. 1. Факторный анализ прибыли ЗАО «Лукошкинский карьер»

Себестоимость 2007 и 2008 г. снизилась на 37533 тыс. руб. и на 21543 тыс. руб., а уровень ее по отношению к выручке от продажи также уменьшился на 8,8 %, и на 1,25 %. Поэтому экономия привела к увеличению суммы прибыли от продажи на 7458,7 тыс. руб. и на 1441,64 тыс. руб. (так как расходы – это факторы обратного влияния по отношению к прибыли).

Расчет влияния фактора «Управленческие расходы» определяем по следующей формуле:

$$\Delta T^{П(УР)} = B_1 \times (УУР_1 - УУР_0) / 100, \quad (7)$$

где $УУР_1$ и $УУР_0$ – уровни управленческих расходов в отчетном и базисном периодах.

$$\Delta T^{П(УР)}_{2006} = (31163 \times (+1,14)) / 100 = 355,25 \text{ тыс. руб.}$$

$$\Delta T^{П(УР)}_{2007} = (84758 \times (-9,63)) / 100 = 8162,2 \text{ тыс. руб.}$$

$$\Delta T^{П(УР)}_{2008} = (115331 \times (+1,67)) / 100 = 1926,02 \text{ тыс. руб.}$$

Это означает, что перерасход по управленческим расходам в 2006 г. по сравнению с 2005 г. и повышение их уровня на 1,14 % уменьшили сумму прибыли на 355,25 тыс. руб., а снижение управленческих расходов в 2007 г. по сравнению с 2006 г. на 9,63 % привело к увеличению прибыли на 8162,2 тыс. руб., в 2008 г. также наблюдается перерасход по управленческим расходам на 1,67 %, что привело к уменьшению прибыли на 1926,02 тыс. руб. [1].

Обобщенное влияние факторов, воздействующих на прибыль, отразим в таблице 1 и на рисунке 1.

Таблица 1

Сводная таблица влияния факторов на чистую прибыль ЗАО «Лукошкинский карьер»

Показатели	Сумма (тыс. руб.)		
	2006 г.	2007 г.	2008 г.
Количество проданной продукции (работ, услуг)	88,3	10217,17	4365,06
Изменение цен на реализованную продукцию	135,38	1954,25	2709,52
Себестоимость проданной продукции	1595,55	7458,7	1441,64
Управленческие расходы	355,25	8162,2	1926,02

Факторный метод позволяет достаточно достоверно планировать финансовую деятельность предприятия и оценивать ее результаты в условиях нестабильности экономики и инфляционного роста цен. В дальнейшем он может стать основой для перехода к нормативным методам планирования финансовых показателей.

Так как прибыль отражает результаты всех видов деятельности предприятия (производственной, непроизводственной и финансовой), то это значит, что на размерах прибыли отражаются все стороны деятельности предприятия. Так, рост производительности труда означает снижение его затрат на единицу продукции, соответственно при нормальных условиях работы должны относительно снижаться расходы на оплату труда в расчете на единицу продукции. Улучшение использования основных производственных фондов означает, что относительно сокращаются затраты на их содержание и эксплуатацию, уменьшаются амортизационные отчисления в себестоимости отдельных изделий. Это, как и экономия материальных затрат, увеличивает прибыль и эффективность ее использования [2].

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

- Традиционные методы.
- Методы маржинального анализа.
- Экономико-математические методы.

К традиционным обычно относят методы:

1. Прямого ассортиментного расчета.
2. Укрупненный (по плановому объему товарной продукции и изменению остатков нереализованной продукции).
3. Совмещенного расчета.

Для применения традиционных методов необходима значительная исходная информация, не доступная на начальной стадии прогнозирования. Эти методы были продуктивны в условиях директивного планирования, но мало пригодны в рыночной экономике [3].

Методы маржинального анализа включают:

- Расчет точки безубыточности и моделирование прибыли по соотношению «затраты-выпуск-прибыль» (costs-volume-profit).
- Планирование прибыли на основе эффекта операционного и финансового леввериджа (рычага).
- Планирование прибыли на основе предельных (дополнительных) издержек и предельного дохода.

Применение этих методов соответствует современной системе финансового контроля, учета издержек и формирования прибыли (дирек-

стинг) и носит весьма продуктивный характер. Однако оно ограничено пределами релевантного диапазона и рядом условий, в числе которых:

1. Устойчивый характер переменных расходов к выручке от продаж.
2. Неизменность постоянных расходов.
3. Постоянство структуры продаж по видам (группам) продукции.

Эти условия достаточно трудно соблюсти в конкретной хозяйственной практике.

Применение математических методов оправдано лишь на основе достоверных экономических моделей, учитывающих реальные факторы в прогнозируемом периоде. Очевидно, необходим синтез имеющихся методик, раскрывающий различные факторы, воздействующие на прогнозируемую прибыль. Этот синтез может быть представлен как факторная модель прогнозирования прибыли от продаж, которая имеет следующий вид [3]:

$$P_{Sp} = P_{Sb} \pm DS \pm DN \pm DVC \pm DFC \pm DP, \quad (8)$$

где P_{Sp} – прогнозируемая прибыль;

P_{Sb} – прибыль базисного периода;

DS – влияние изменения объема продаж;

DN – влияние структурного (ассортиментного) сдвига в объеме продаж;

DVC – влияние изменения переменных расходов;

DFC – влияние изменения постоянных расходов;

DP – влияние изменения продажных цен на продукцию организации.

Факторная модель обладает следующими преимуществами:

1. Она может быть использована при сравнительно малой информационной базе.
2. Она позволяет определить факторы, влияющие на изменение прибыли, и соответствующим образом на них воздействовать.
3. На ее основе можно проверить достоверность расчета прибыли другими методами.

Рассчитаем методику прогнозирования прибыли от продаж на ЗАО «Лукошкинский карьер» (табл. 2):

Таблица 2

Отчетные данные в базовом периоде

Показатели	Символ	Величина	Метод расчета
1. Объем продаж (тыс. руб.)	S	115331	Отчет
2. Переменные расходы (тыс. руб.)	VC	85236	Отчет
3. Коэффициент переменных расходов	b	0,74	VC : S
4. Маржинальный доход (тыс. руб.)	MP	30095	S – VC
5. Коэффициент маржинального дохода	a	0,26	MP : S
6. Постоянные расходы (тыс. руб.)	FC	4404	Отчет
7. Прибыль от продаж (тыс. руб.)	PS	25691	MP – FC
8. Операционный рычаг	OL	1,17	MP : PS

В выручке от продаж выделим две товарные группы со следующими структурными показателями: группа А – Белая глина, группа В – Красная глина (табл. 3).

Таблица 3

Структура продаж ЗАО «Лукошкинский карьер»

Товарная группа	Удельный вес, в %	МР на рубль продаж	Взвешенный МР на рубль продаж
Группа А	50,0	0,2	$0,2 \times 0,5 = 0,1$
Группа В	50,0	0,32	$0,32 \times 0,5 = 0,16$
Итого	100,0	х	0,26

Прогнозируются следующие цели на будущий период:

1. Рост выручки от продаж на 15 %.
2. Изменение структуры продаж: товарная группа А – 70 %; товарная группа В – 30 %;
3. Снижение переменных расходов на 10 %.
4. Увеличение постоянных расходов на 20 тыс. руб.
5. Рост цен на продаваемую продукцию на 20 %.

Выполняем прогнозный расчет прибыли от продаж по факторам [3]:

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

$$DS = DTs \times OL \times PSb, \quad (9)$$

где DTs – прогнозируемый прирост выручки от продаж;

OL – операционный рычаг;

PS – прибыль от продаж в базовом периоде.

$$(+15) \times 1,17 = +17,55 \text{ (эффект операционного рычага).}$$

$$25691 \times (+17,55) = +4508,77 \text{ тыс. руб.}$$

2. Фактор структурных сдвигов в объеме продаж повлияет на прибыль следующим образом (DN) (табл. 4).

Таблица 4

Влияние структурных сдвигов в объеме продаж

Товарные группы	Удельный вес в %	МР на рубль	Взвешенный МРn продаж
1. Группа А	70,0	0,2	$0,2 \times 0,7 = 0,14$
2. Группа В	30,0	0,32	$0,32 \times 0,3 = 0,1$
Итого	100,0	Х	0,24

Произошел структурный сдвиг, повлиявший на коэффициент маржинального дохода (MPn). Коэффициент MP уменьшился с 0,26 до 0,24, т. е. на 0,02, или на –2 %. Его влияние на прогнозируемую прибыль определится по формуле:

$$DN = Sb \times Tb \times DMPn, \quad (10)$$

где Sb – выручка от продаж в базовом периоде;

Tb – прогнозный темп роста выручки от продаж;

$DMPn$ – изменение коэффициента маржинального дохода из-за структурных сдвигов.

$$115331 \times 1,15 \times (-2 \%) = -2652,61 \text{ тыс. руб.}$$

3. Влияние на прибыль фактора переменных расходов (DVC) определится как:

$$DVC = Sb \times Ts \times VCn \times VCp, \quad (11)$$

где VCn – коэффициент переменных расходов с учетом структурных сдвигов ($1 - MPn$);

VCp – прогноз снижения переменных расходов (с обратным знаком).

$$115331 \times 1,15 \times (1 - 0,24) \times (+10 \%) = +1007,99 \text{ тыс. руб.}$$

4. Влияние на прибыль фактора постоянных расходов (DFC) определяется прямым счетом, но с обратным знаком. При увеличении постоянных расходов на прибыль (+20 000) прибыль снизится на эту же сумму (–20 000).

5. Влияние на прибыль фактора цен (DP) определится по формуле:

$$DP = Sb \times Ts \times Pp, \quad (12)$$

где Pp – прогнозируемое изменение цен на продаваемую продукцию, или

$$115331 \times 1,15 \times (+20 \%) = +26526,13 \text{ тыс. руб.}$$

В результате мы получим величину прогнозируемой прибыли:

$$115331 + 4508,77 - 2652,61 + 1007,99 - 20000 + 26526,13 = 35081,28 \text{ тыс. руб.}$$

Итак, по нашему расчету прибыль от продаж ЗАО «Лукошкинский карьер» должна возрасти с 25691 тыс. руб. до 35081,28 тыс. руб.

Подтвердим достоверность факторного прогноза прибыли прямым поэтапным расчетом на основе полной информации (табл. 5).

Из данных таблицы 5 мы видим, что прямой расчет прибыли от продаж полностью совпадает с итогами прогнозной факторной модели.

При этом в варианте 1 приведены результаты увеличения объема продаж при сохранении структуры цен базового периода. В варианте 2 показаны результаты изменений в структуре товарных групп, за счет их изменения прирост прибыли составит 13400 тыс. руб. Вариант 3 демонстрирует результаты снижения переменных рас-

ходов. В варианте 4 приведены результаты изменения постоянных расходов, увеличение которых на 20000 тыс. руб. приведет к снижению прибыли на эту же сумму. Вариант 5 отражает результаты

изменения продажных цен, т. е. при увеличении цен на продаваемую продукцию на 20 % в прогнозном периоде, прирост прибыли составит 26526,13 тыс. руб. [3].

Таблица 5

**Прямой расчет прибыли от продаж
ЗАО «Лукошкинский карьер»**

Показатели	База	1	2	3	4	5
Продукт А (Белая глина)						
1. Количество (тонн)	3000	3600	3800	4200	4475	4600
2. Цена за тонну (руб.)	280	280	280	280	280	336
3. Продажи (тыс. руб.)	60000	65000	68700	68700	68700	82762
4. Переменные расходы (тыс. руб.)	71500	73000	73500	65276,4	65276,4	65276,4
5. Маржинальный доход (тыс. руб.)	25095	27609	32700	35200,1	35200,1	43820
6. Коэффициент МР(а)	0,16	0,16	0,07	0,07	0,8	0,17
Продукт В.(Красная глина)						
1. Количество (тонн)	1365	1638	1867	1924	2050	2250
2. Цена за тонну (руб.)	300	300	300	300	300	360
3. Продажи (тыс. руб.)	55331	67630,65	63930,65	63930,65	63930,65	76394,78
4. Переменные расходы (тыс. руб.)	10736	21571,4	9558,36	9558,36	9558,36	9558,36
5. Маржинальный доход (тыс. руб.)	5000	7000,25	9433	12350	12350	22990,9
6. Коэффициент МР(а)	0,1	0,1	0,07	0,07	0,07	0,1
Всего (в тыс. руб.)						
1. Продажи	115331	132630,65	132630,65	132630,65	132630,65	159156,78
2. Переменные расходы	82236	94571,4	83058,36	74834,76	74834,76	74834,76
3. Маржинальный доход	30095	34609,25	42133	47550,1	47550,1	66810,9
4. Коэффициент МР	0,26	0,26	0,24	0,24	0,25	0,26
5. Постоянные расходы	4406	4406	4406	4406	4426	4426
6. Прибыль от продаж	25691	30199,77	27547,16	28555,15	8555,15	35081,28
7. Факторы прироста прибыли		+4508,77	-2652,61	+1007,99	-20000	+26526,13

Отсюда следует, что ЗАО «Лукошкинский карьер» необходимо расширить ассортимент товаров и услуг, снизить переменные расходы и увеличить цены на производимую продукцию на 20 %, так как все это приведет к приросту прибыли в прогнозируемом периоде на $(4508,77 - 2652,61 + 1007,99 - 20000 + 26526,13) = 9390,28$ тыс. руб.

При прогнозировании прибыли желательно также выявить инфляционную составляющую ее прироста. Для этого можно предложить несложную методику, основанную на структурных показателях выручки от продаж [4].

Мы располагаем следующими базовыми данными (табл. 6):

Таблица 6

Структура выручки от продаж в отчетном году

Показатели	Символ	В процентах
1. Выручка от продаж (без НДС и акцизов)	S	100
2. Материальные затраты	MC	60
3. Оплата труда (с начислениями)	WC	20
4. Амортизационные отчисления	CC	5
5. Прочие затраты	AC	2
6. Прибыль	PS	13
Наблюдаемые индексы инфляции	Символ	Индекс
1. По отпускным ценам организации	Ip	1,20
2. По покупным ценам на ресурсы	Im	1,25
3. По индексации заработной платы	Iw	1,15
4. По индексации основных средств	Ic	1,60

Проведем расчет инфляционных факторов, влияющих на прогноз прибыли ЗАО «Лукошкинский карьер» (табл. 7) [2].

Таблица 7

Расчет инфляционных факторов, влияющих на прогноз прибыли ЗАО «Лукошкинский карьер»

Факторы	Метод расчета	Результат (в %)
1. Выручка от продаж	$100 \times (+0,2)$	+20
2. Материальные затраты	$60 \times (+0,25)$	+13
3. Оплата труда	$20 \times (+0,15)$	+3
4. Амортизация	$5 \times (+0,05)$	+0,25
5. Прочие затраты	2×0	0
6. Рентабельность продаж	$20 - 13 - 3 - 0,25 = +3,75$	+3,75

Абсолютная величина инфляционной прибыли составит $132630,65 \times 3,75\%$, или 4973,65 тыс. руб., что вносит существенные коррективы в наши первоначальные расчеты. Здесь мы учли не только инфляционные выгоды, но также инфляционные потери.

Применение факторных моделей расширяет возможности прогнозирования прибыли. Эти модели хорошо поддаются программированию и сочетаются с использованием возможностей обработки данных на персональных компьютерах, особенно для расчета структурных сдвигов [2].

Таким образом, в результате прогнозирования прибыли ЗАО «Лукошкинский карьер» на 2009 г. можно сделать вывод о том, что рост выручки от продаж на 15 % приведет к увеличению прибыли на 4508,77 тыс. руб.; изменение структуры продаж: увеличение добычи белой глины с 50 до 70 % и снижение добычи красной глины с 50 до 30 % снизит прибыль на 2652,61 тыс. руб. – из этого следует, что предприятию необходимо изменить структуру продаж на незначительное количество процентов, либо вовсе оставить на прежнем уровне; снижение переменных расходов на 10 % увеличивает прибыль на 1007,99 тыс. руб. При этом увеличение постоянных расходов на 20 тыс. руб. снижает прибыль на эту же сумму. Рост цен на продаваемую продукцию на 20 % увеличивает прибыль на 25526,13 тыс. руб.

Отсюда следует, что даже снижение прибыли за счет изменения структуры продаж и увеличения постоянных расходов приведет к росту конечной суммы прибыли за счет других факторов [4].

Анализируемое предприятие, ЗАО «Лукошкинский карьер» проводит регулярные исследования в области маркетинга и менеджмента своей организации. На основе анализа финансово-хозяй-

ственной деятельности организации, факторного анализа прибыли от реализации товаров и анализа показателей прибыли нами были разработаны мероприятия по увеличению прибыли организации, к которым относятся:

1) увеличение выручки от реализации продукции предприятия;

2) сокращение расходов предприятия.

Доход предприятия складывается из разности между выручкой и себестоимостью. А выручка, в свою очередь, равна количеству проданного сырья. С помощью воздействия на эти показатели можно увеличить прибыль предприятия за счет:

– снижения цены на один из видов сырья;

– проведения различного рода акций (распродажа, сезонные скидки, скидки с крупной покупки и др.);

– введение автоматизированного производства.

Анализируя строку расходов предприятия ЗАО «Лукошкинский карьер» нельзя не заметить, что приблизительно 90 % всех затрат приходится на три основные статьи:

1. Расходы на содержание и ремонт производственных машин и оборудования.

2. Затраты на персонал.

3. Расходы на топливо и электроэнергию.

Нами были выявлены направления возможного уменьшения расходов по этим статьям несколькими методами.

Необходимо осуществлять списание устаревшего оборудования и машин или реализовывать его населению или юридическим лицам и на полученные средства, а также за счет средств амортизационного фонда приобретать новое оборудование и машины.

Затраты на персонал возможно снизить двумя способами:

– сокращение рабочего времени – на предприятии введена почасовая оплата рабочего времени. При его снижении уменьшается и фонд оплаты труда. Но можно ввести и дифференцированный график работы, который предполагает разные часы работы в различные дни недели;

– сокращение численности работников организации.

Оптимизацию логистических издержек следует вести в двух направлениях:

– оптимизация графиков поставок топлива для работы машин и оборудования;

– оптимизация отгрузок сырья – сделать поставки регулярными. Тогда будет сокращение не только времени между поставками, но и предприятие сможет получать регулярную прибыль.

Признание того факта, что в настоящее время у предприятия существуют проблемы по управлению, формированию, распределению прибыли, требует рассмотрения определенных методов разрешения данных вопросов.

Прежде всего, руководству предприятия необходимо овладеть новыми методами распределения прибыли. Здесь должны учитываться интересы сразу нескольких сторон. Во-первых, государство заинтересовано как в создании условий, стимулирующих развитие производства, так и в реализации своих экономических функций, связанных с налогообложением, уменьшающим показателем прибыли на величину соответствующих налоговых отчислений. Во-вторых, трудовой коллектив заинтересован в получении больших доходов, что требует увеличения расходов по статье «Заработная плата» и «Начисления». В-третьих, кредиторы и акционеры должны быть уверены в платежеспособности фирмы, возвратности предоставленных ссуд [4].

Руководство же стремится как можно большую часть прибыли оставить нераспределенной, в качестве резерва, позволяющего укрепить основы самофинансирования. Руководство возлагает на себя ответственность планировать распределение прибыли таким образом, чтобы учесть интересы сторон и в то же время обеспечить благосостояние предприятия.

Данные прогнозы и предложения предприятия может использовать в своих стратегических целях.

Литература

1. Донцова Л. В., Никифорова Н. А. Анализ финансовой отчетности: учеб. пособие. М., 2003.
2. Игнатов А. В. Анализ финансового состояния предприятия // Финансовый менеджмент. 2005. № 4. С. 3-20.
3. Литвин М. И. Прогнозирование прибыли на основе факторной модели // Финансовый менеджмент. 2002. № 6.
4. Черникова Ю. В., Юн Б. Г., Григорьев В. В. Финансовое оздоровление предприятий: теория и практика: учебник. – практич. пособие. М., 2005.

* * *

FORECASTING OF PROFIT ON THE BASIS OF FACTORIAL MODEL

E. I. Fomina

In article the main factors influencing profit of an enterprise are considered and actions for its increasing are developed.

Key words: profit, factorial analysis, operating, price, cost (value), administrative expenses, optimization, profit distribution, profit forecast.