



Рисунок 1 — Системы менеджмента качества, действующие в Республике Беларусь, соответствующие международным стандартам качества

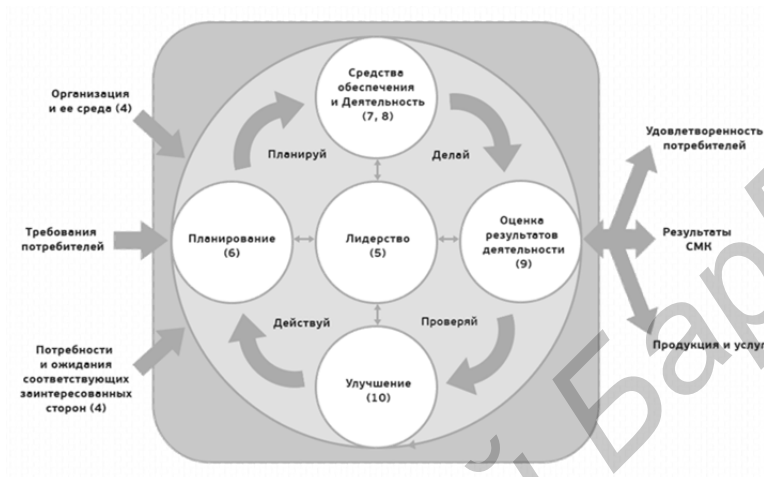


Рисунок 2 — Модель ISO 9001:2015

При таком подходе предприятия получают реальные конкурентные преимущества, одним из которых является возможность правильно определять и корректировать свою стратегию и приоритеты развития, ресурсы, обновлять технологические схемы работы, принимать эффективные управленческие решения.

Заключение. В современном мире качество становится стратегией развития любого предприятия. Стратегия, ориентированная на качество во всех его проявлениях, предполагает выработку и реализацию подходов, нацеленных на достижение баланса интересов производителей, потребителей, партнеров, собственников, персонала организации, а также общества в целом.

Список цитируемых источников

1. Оценка качества и конкурентоспособности продукции — обязательное условие успешной работы предприятия [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.iksystems.ru/info/articles/menedzhment-kachestva/otsenka-kachestva-i-konkurentnosposobnosti-produktsii-obязatelnoe-uslovie-uspeshnoy-raboty-predpriya/?sphrase_id=6262. — Дата доступа: 06.05.2024.
2. Экономика предприятия : учебник / коллектив авторов ; под ред. В. И. Гришина, Я. П. Силина. — Москва : КНОРУС, 2019. — 472
3. Quality management systems — Requirements (Системы менеджмента качества. Требования) [Электронный ресурс] : ISO 9001:2015. — Введ. Госстандартом Респ. Беларусь от 14.12.2015. — Режим доступа: <https://mshp.gov.by/uploads/Files/ochrtrud/recomdacii/stb9001.pdf>. — Дата доступа 06.05.2024.
4. Сычевич, В. Ключ к успеху [Электронный ресурс] / В. Сычевич // Беларусь сегодня, 2023. — Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/klyuch-k-uspekhu-gosstandart-kachestvo.html>. — Дата доступа 06.05.2024.
5. Стандартизация и сертификация в Беларуси: основные правила и актуальные процедуры [Электронный ресурс] // Стандарт качества. — Режим доступа: <https://standartno.by/information/standartizatsiya-i-sertifkatsiya-v-belarusi-osnovnye-pravila-i-aktualnye-protsedury/>. — Дата доступа 06.05.2024.

УДК 338.2

В. В. Лукьянович, М. М. Хованская

УО «Барановичский государственный университет», Барановичи, Республика Беларусь

ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ ПЛАНИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Введение. В условиях рыночной экономики предприятие самостоятельно планирует свою деятельность и определяет перспективы развития, исходя из спроса на производимую продукцию и необходимости обеспечения производственного и социального развития. Самостоятельно планируемым показателем в числе

других является прибыль. В результате систематического и стратегического подхода к планированию прибыли, предприятие может достичь стабильного роста и улучшения финансовых результатов деятельности.

Основная часть. Необходимость планирования прибыли в современных условиях обусловлена несколькими причинами. Ориентируясь на размер прибыли, собственники предприятия принимают решения по поводу дивидендной и инвестиционной политики, проводимой предприятием с учетом перспектив его развития. С планированием прибыли на предприятии возникает возможность эффективного направления средств на обновление производственных фондов и выпускаемой продукции предприятия. Кроме того, планирование прибыли на предприятии всегда сопряжено с выявлением внутрихозяйственных резервов производства, более рациональным использованием производственных фондов, материальных, трудовых и финансовых ресурсов предприятия.

Прибыль — важнейший показатель конечных финансовых результатов деятельности предприятия [1]. Определяется как разница между выручкой от реализации продукции и ее себестоимостью. Получая прибыль, предприятие решает задачи ее использования. Характер направлений использования прибыли отражает стратегические задачи предприятия. Выплачивая дивиденды, предприятие стимулирует рост стоимости своих акций, оставляя прибыль на предприятии, акционеры инвестируют развитие производства. Механизм воздействия финансов на хозяйство, на его экономическую эффективность находится не в самом производстве, а в распределительных денежных отношениях.

Распределение прибыли — это составная и неразрывная часть общей системы распределительных отношений и, пожалуй, наравне с распределением дохода физических лиц, самая главная [1].

Планирование прибыли — это процесс разработки системы мероприятий по обеспечению ее формирования в необходимом объеме и эффективному использованию в соответствии с целями и задачами развития предприятия [1].

Необходимость планирования прибыли заключается в том, чтобы:

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

Задачами планирования прибыли являются:

- экономическое доказательство выгоды предпринимательских действий по достижению стратегических целей;
- экономическая оценка технико-экономических планов;
- перспективное стимулирование собственников и трудового коллектива [2].

Процесс планирования прибыли делится на перспективное, текущее и оперативное. 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).

Процесс планирования прибыли предприятия осуществляется последовательно в несколько этапов, которые представлены в таблице 1 [2].

Т а б л и ц а 1 — Этапы планирования прибыли предприятия

| Этап | Содержание этапа | Характеристики этапа |
|---|---|---|
| <i>Предварительный этап</i> | | |
| 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 |
| 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) |

Окончание таблицы 1

| Этап | Содержание этапа | Характеристики этапа |
|---|---|--|
| <i>Основной этап</i> | | |
| 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 |
| <i>Заключительный этап</i> | | |
| 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 1 можно заметить, что основной этап планирования прибыли предприятия, состоит в выборе метода и соответствующих ему расчетов, так как эффективность планирования прибыли может зависеть от выбранного метода планирования.

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:

$$П = В - S - Н = (О \cdot Ц) - (О \cdot С), \quad (1)$$

где П — прибыль от реализации, руб.;

В — выручка от реализации, руб.;

S — полная себестоимость продукции, руб.;

Н — налоги (НДС, акцизы), руб.;

О — объем выпуска продукции в планируемом периоде в натуральном выражении;

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

С — полная себестоимость единицы продукции, руб.

Его целесообразно использовать по отдельным направлениям деятельности предприятиям, имеющим небольшой ассортимент продукции; когда известна отпускная цена; имеется плановая калькуляция себестоимости.

2. Аналитический метод планирования прибыли. Это многофакторный метод, позволяющий определить влияние каждого из факторов на результаты работы предприятия. Во внимание принимаются показатели прошлых периодов, производится анализ прибыли, ее доля в общем доходе и, исходя из планируемого изменения ее показателя, корректируется объем продаж (производства продукции).

Исчисление прибыли аналитическим методом включает этапы:

– определение базовой рентабельности как частного от деления ожидаемой прибыли за отчетный год на полную себестоимость сравнимой товарной продукции за тот же период;

– исчисление объема товарной продукции в планируемом периоде по себестоимости отчетного года и определение прибыли на товарную продукцию исходя из базовой рентабельности;

– учет влияния на плановую прибыль различных факторов: снижение себестоимости сравнимой продукции, повышение ее качества и сортности, изменение ассортимента, цен и т. д.

После выполнения расчетов по всем трем этапам определяется прибыль от реализации товарной продукции.

Расчет аналитическим методом сложен, так как на показатель прибыли влияет множество факторов. Это и себестоимость продукции, размер постоянных и переменных затрат, и цена за единицу продукции, планируемый объем производства (закупки) и продаж.

Прибыль определяется не по каждому виду выпускаемой в предстоящем году продукции, а по всей сравнимой продукции в целом. Прибыль по несравнимой продукции определяется отдельно. Поэтому этот метод планирования рекомендован при отсутствии детальной информации о количестве и себестоимости объекта реализации.

3. Метод взаимосвязи выручки, затрат и прибыли называют метод «директ-костинг». В его основе — деление затрат на переменные и условно-постоянные, определение связи между объемом реализации и структурой затрат. Для планирования прибыли строится вспомогательный график, который определяет точку безубыточности и определенный объем продаж, реализация которого позволит получить предприятию прибыль (рисунок 1) [3].

Критерии выбора метода планирования финансовых результатов отражены в таблице 2 [2].

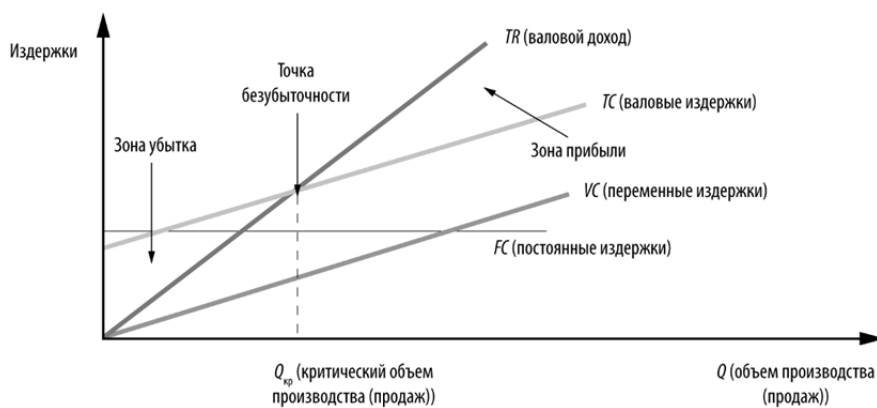


Рисунок 1 — Определение критического объема выручки

Т а б л и ц а 2 — Критерии выбора метода планирования прибыли

| 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 |

Заключение. Таким образом, эффективность управления предприятия обычно оценивается с точки зрения максимизации прибыли. Для продвижения к этой цели часто используются методы планирования прибыли, основными из которых являются: метод прямого счета, аналитический метод, метод взаимосвязи выручки, затрат и прибыли.

Список цитируемых источников

1. Матвейчикова, К. А. Методы планирования прибыли на предприятии [Электронный ресурс] / К. А. Матвейчикова. — Режим доступа: <https://elib.gstu.by/bitstream/handle/220612/26842/114-117.pdf?sequence=1>. — Дата доступа: 03.05.2024.
2. Копорулина, Н. Г. Совершенствование планирования и прогнозирования прибыли предприятия [Электронный ресурс] / Н. Г. Копорулина. — Режим доступа: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/105600/1/m_th_n.g.koporulina_2021.pdf. — Дата доступа: 03.05.2024.
3. Сальникова, К. В. Планирование прибыли предприятиях / К. В. Сальникова [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://wiseadvice-it.ru/o-kompanii/blog/articles/planirovanie-pribyli/>. — Дата доступа: 03.05.2024.

УДК 336.645/336.647

В. В. Лукьянович, М. М. Хованская

*Учреждение образования «Барановичский государственный университет»,
Барановичи, Республика Беларусь*

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

Введение. В непростых условиях кризиса, осложненных пролонгированными санкционными мерами и многочисленными локдаунами в связи с пандемией COVID-19, успех для белорусских предприятий немислим без четкого, лаконично продуманного, безошибочно выверенного финансового плана, учитывающего все возможные негативные влияния как внешней, так и внутренней среды. Без эффективных методов организации финансового планирования предприятия рискуют оказаться в ситуации банкротства.

Основная часть. Необходимость выполнения расчетов, базирующихся на достоверных данных, для обеспечения потребностей и конкурентоспособности — залог успеха бизнеса, так как таким образом предприятие получает возможность уверенно развиваться и приносить прибыль, исполнять обязательства перед государством, клиентами, кредиторами и т.д. В этих условиях новой необходимостью на ближайшие годы становится цифровизация производственных процессов, как внутри промышленных компаний, так и при их взаимодействии с клиентами, партнерами и государственными органами.

Цифровизация финансового планирования представляет собой систему методов и инструментов для циклического исследования и моделирования будущих производственных и социальных потребностей в финансовых ресурсах, которые обеспечивают комплексную процедур планирования и их непрерывность во времени [1].