КОМИ РЕСПУБЛИКАНСКАЯ АКАДЕМИЯ

**ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ И УПРАВЛЕНИЯ ПРИ ГЛАВЕ РЕСПУБЛИКИ КОМИ**

**Северо-Западная академия государственной службы**

**Специальность 06.10.00**

***«Государственное и муниципальное управление».***

Шипилов Дмитрий Александрович

**ТЕМА: Управление формированием прибыли.**

**КУРСОВАЯ РАБОТА**

**Научный руководитель**

**Броило Елена Валерьевна**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**Подпись студента:**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**Дата:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**Сыктывкар, 2002 г.**

**Оглавление**

**Введение \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_3**

**Глава 1. Концепция безубыточности в современной экономической теории\_\_\_\_\_\_5**

**Глава 2. Методы определения точки безубыточности \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_11**

#### Метод уравнения \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_11

#### Маржинальный доход \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 12

#### Графический метод \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_13

**2.4. Ценовая политика фирмы \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_18**

**Глава 3. Планирование безубыточности \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 22**

**Глава 4. Управление формированием прибыли на примере строительной организации - ЗАО «ВиД» г.Печора. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_25**

**Заключение \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 29**

**Список литературы \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_30**

**Приложение №1 (таблицы) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 31**

**Введение**

Управление формированием прибыли на уровне хозяйствующих субъектов - это процесс планирования поступлений и использования финансовых ресурсов, установление оптимальных соотношений в распределении доходов предприятий. В рыночной экономике совершенствование процесса формирования прибыли на микроуровне осуществляется непрерывно; оно в условиях рыночной экономики имеет качественно более существенное значение по сравнению с директивно-плановой экономикой. Без финансового планирования не может быть достигнут тот уровень управления производственно-хозяйственной деятельностью предприятия, который обеспечивает ему успех на рынке, постоянное усовершенствование материальной базы, социальное развитие коллектива. Ни какой другой вид планирования не может иметь для предприятия такого обобщающего, глобального значения, потому что именно финансы охватывают все без исключения стороны и участки его функционирования.

Формирование прибыли связано с планированием производственной деятельности предприятия. Показатели всех плановых финансовых инструментов базируются на планах объема производства, ассортимента товаров и услуг, себестоимости продукции; они должны создавать необходимые финансовые условия для успешного выполнения этих планов.

Финансовое планирование способствует выявлению внутренних резервов для потребностей предприятия. Это обеспечивается тем, что, во-первых, оно исходит из необходимости наиболее эффективного использования производственных мощностей, новой техники, передовой технологии производства, улучшения качества продукции; во-вторых, выполнения планов по прибыли и объему других финансовых ресурсов (например, амортизации на полное восстановление основных фондов) требует соблюдение плановых норм затрат труда и материальных ресурсов; в- третьих объем финансовых ресурсов, который определяется при планировании , не позволяет предприятию или затрудняет создавать чрезмерные запасы материальных ресурсов, делать не плановые капитальные вложения. В процессе финансового планирования обеспечивается необходимый контроль за созданием и рациональным использованием финансовых ресурсов. Объектами планирования являются доходы предприятия, включая накопления (прибыль и т.д.), взаимоотношения с государственным бюджетом и государственными внебюджетными фондами, объем капиталовложений, других форм инвестирования финансовых ресурсов ( в частности, участие на рынке ценных бумаг), объем долгосрочных кредитов банков на инвестиционные мероприятия, потребность предприятия в собственных оборотных средствах и источники ее покрытия.

Главным инструментом управления формированием прибыли в современных условиях является финансовый план предприятия (баланс доходов и расходов), широкое распространение в практике имеют также платежный календарь и бизнес-план.

Процесс перехода экономики России на рыночные отношения происходит в сложных условиях спада производства и инфляции. Это крайне отрицательно влияет на финансы предприятия, направляет их на решение нынешних проблем потребления, делает невозможным укрепление финансовой базы на сколько-нибудь удаленную перспективу. Но постепенно стабилизация экономического состояния обязательно вызовет потребность в прогностическом подходе к организации финансов предприятия, при котором платежеспособность и другие показатели финансового состояния рассматриваются в динамичной перспективе.

Без прогноза показателей финансового хозяйства предприятие не имеет возможности планировать развитие своей материально-технической базы; осуществлять затраты отдача от которых отдалена во времени их проведения; разумно строить свои хозяйственные отношения с покупателями и поставщиками, банками, другими партнерами. Именно из-за невозможности в нынешних инфляционных условиях составлять прогнозы финансового состояния предприятия на более или менее отдаленный срок (например, на 2-3 года) практически сведено на нет долгосрочное банковское кредитование предприятий.

Объектом прогнозирования в первую очередь должен быть объем финансовых ресурсов, которые поступят в распоряжение предприятия за период, относительно которого составляется прогноз. Такими ресурсом являются прибыль, остающаяся у предприятия после уплаты всех налогов и обязательных платежей, а также амортизационные отчисления, которые возмещаются за счет цены на продукцию. Условно сумму чистой прибыли и амортизации в составе выручки от реализации называют чистой выручкой; именно от ее величины зависят возможности предприятия увеличить свои денежные средства, т. к. остальные части выручки пойдут на различные платежи соответственно своим назначениям.

Зная в большей или меньшей степени объем своих собственных финансовых ресурсов, которые поступят в будущем периоде, можно сделать прогноз их размещения в активы предприятия в расчете на сохранение уже достигнутого уровня ликвидности и платежеспособности (если они удовлетворительны), или на улучшение характеризующих их показателей.

В данной курсовой работе будет изучен механизм формирования прибыли, другими словами будет изучен механизм нахождения точки безубыточности предприятия, что по сути есть одинаковые вещи.

Также будет проведен расчет точки безубыточности на примере организации ЗАО «ВиД», г.Печора, РК.

**Глава 1. Концепция безубыточности в современной экономической теории.**

Известно, что целью деятельности фирмы (предприятия) в современной экономике является получение прибыли. Именно при этом условии фирма может стабильно существовать и обеспечивать себе основу для роста. Стабильная прибыль фирмы проявляется в виде дивиденда на вложенный капитал, способствует привлечению новых инвесторов и, следовательно, увеличению собственного капитала фирмы. Поэтому становится ясным интерес к проблемам прибыльности деятельности фирмы. Весьма важным аспектом данного вопроса является концепция безубыточности деятельности фирмы, как первого шага к получению бухгалтерской, а в последствии и экономической прибыли. В данной главе будет рассматривается проблема безубыточности деятельности фирмы с точки зрения экономической теории с тем, чтобы в следующих главах изучить вопросы определения точки безубыточности фирмы, анализа безубыточной деятельности фирмы и планирования безубыточности в краткосрочном и долгосрочном периодах.

С точки зрения экономической теории безубыточность есть нормальное состояние фирмы на современном конкурентном рынке, находящемся в состоянии долгосрочного равновесия. При этом принимается в рассмотрение экономическая прибыль, то есть то определение прибыли, при котором в расходы фирмы включается среднерыночная ставка дохода на инвестированный капитал, а также нормальный доход предприятия. При таких допущениях определение безубыточности звучит следующим образом:

Точка безубыточности - это такой объем продаж продукции фирмы, при котором выручка от продаж полностью покрывает все расходы на производство продукции, в том числе среднерыночный процент на собственный капитал фирмы и нормальный предпринимательский доход.

В самом деле, если фирма имеет бухгалтерскую прибыль, то есть сальдо доходов от продаж и денежных затрат на производство проданной продукции положительно, то она может не достигать точки безубыточности в смысле экономической прибыли. Например, прибыль фирмы может быть меньше, чем среднерыночный процент на собственный капитал фирмы. Следовательно, существуют более выгодные способы использования капитала, которые позволяют получить более высокую прибыль. Таким образом, понятие точки безубыточности является одновременно и неким критерием эффективности деятельности фирмы. Фирма не достигающая точки безубыточности действует неэффективно с точки зрения сложившейся рыночной конъюнктуры. Однако, этот факт сам по себе не служит однозначной причиной для прекращения существования фирмы. Для того, чтобы ответить на этот вопрос необходимо детально исследовать структуру издержек фирмы.

Для того, чтобы фирма функционировала оптимальным образом необходимо максимизация прибыли фирмы. Процесс максимизации прибыли эквивалентен процессу поиска точки безубыточности в экономическом смысле. При анализе процесса максимизации прибыли будут использоваться следующие основополагающие понятия:

Предельный доход - величина, на которую изменится совокупный доход фирмы при увеличении выпуска продукции на одну единицу;

Предельные издержки - величина, на которую изменятся совокупные издержки фирмы при увеличении выпуска продукции на единицу;

Средние полные издержки - доля полных издержек (то есть постоянные издержки + переменные издержки + невозвратные издержки), приходящаяся на единицу выпускаемой продукции.

Начиная с некоторого момента (с некоторого объема выпуска) кривая переменных издержек будет являться возрастающей, а кривая предельного дохода - убывающей. Для целей максимизации прибыли основным является соотношение между предельным доходом и предельными издержками при увеличении выпуска на одну единицу. Очевидно, что в случае, когда предельные издержки меньше предельного дохода, увеличение выпуска повлечет за собой увеличение дохода фирмы; в случае же когда предельные издержки больше предельного дохода, к увеличению предельного дохода фирмы приведет уменьшение выпуска продукции. Теперь возможно сформулировать критерии точки, в которой достигается максимальная прибыль:

Максимальная прибыль фирмы достигается при таком объеме производства, при котором предельный доход равен предельным издержкам.

Для определения того, достигается в оптимальной точке прибыль или убыток, необходимо рассмотреть соотношение между ценой на продукцию фирмы и средними полными издержками. Удобнее всего это сделать графически:

### I случай.



В данном случае равенство предельного дохода и предельных издержек достигается в той точке, в которой цена реализации данного количества продукции выше средних полных издержек. Следовательно, в данном случае предприятие максимизирует свою экономическую прибыль.

По данному графику легко определить, какова величина экономической прибыли. На графике заштрихованы полные издержки фирмы на производство продукции (), полный доход фирмы от реализации продукции (). Следовательно, площадь, заштрихованная только - экономическая прибыль фирмы.



### II случай.



При такой структуре издержек и ценовой ситуации на рынке фирма не получает экономической прибыли, ибо ее полные издержки в точности равны совокупному доходу в точке оптимального объема производства.

Для рассмотрения следующих двух возможных ситуаций нам понадобятся средние переменные издержки - то есть доля переменных издержек, приходящаяся на единицу выпускаемой продукции.

### III случай.



В данной ситуации совокупный доход, получаемых от реализации продукции фирмы в точке оптимального объема выпуска продукции, недостаточен для покрытия совокупных издержек. Однако, при таком соотношении цены на продукцию и издержек на ее производство покрываются переменные издержки на ее производство. Таким образом, фирма функционирует с экономическим убытком, но она может существовать в краткосрочном интервале времени. В такой ситуации все же выгодно продолжать производство, так как постоянные издержки фирма несет вне зависимости от объема выпуска продукции. Замечу, что наличие экономических убытков не означает наличие бухгалтерских убытков. В самом деле, экономические убытки могут возникать, например, из-за выплаты пониженного процента на капитал, инвестированный в производство.

### IV случай.



В этом случае совокупного дохода не хватает даже для компенсации переменных издержек. Поэтому при данной структуре цен и издержек наиболее оптимальным является решение о прекращении производства.

**Глава 2. Методы определения точки безубыточности.**

#### 2.1. Метод уравнения.

В самом общем виде схема любого отчета о финансовых результатах выглядит следующим образом:

Выручка - Переменные затраты - Постоянные затраты = Чистая прибыль;

или



Это же уравнение можно переписать в алгебраической записи. Обозначим прибыль за исследуемый период через П, через Р - цену продажи единицы произведенной фирмой продукции, х - объем произведенной и проданной продукции за указанный период, а - уровень фиксированных расходов, в - переменные расходы на произведенную (и проданную) продукцию. В таких обозначениях уравнение «прибыли-доходов-расходов» выглядит следующим образом:

П = Р\*х - (а + в\*х) (1)

или

П = (Р - в)\*х - а

Последняя форма уравнения подчеркивает, что все факторы делятся на зависящие от объема реализации и независящие от него. В частности, как уже говорилось, все расходы фирмы можно разделить на постоянные и переменные.

При определении параметров издержки разделены на производство реализованной и произведенной продукции. Данное различие является наиболее существенным для двух подходов в управленческом учете: Absorption costing и Direct costing. По методу Absorption costing калькулирование себестоимости продукции осуществляется с распределением всех затрат между реализованной продукцией и остатками товаров, то есть постоянные расходы являются запасоемкими. При методе Direct costing постоянные расходы полностью относятся на реализацию.

Использование уравнения (1) позволяет легко определить точку безубыточности путем несложных алгебраических преобразований.

Объем выпуска, при котором достигается точка безубыточности, определяется из условия:

##### П = 0,

и он равен

хо = (П + а) / (Р - в) = а / (Р - в) (2)

В качестве примера рассмотрим расчет точки безубыточности для фирмы ЗАО «ВиД» (г.Печора) Для расчета нам понадобятся следующие данные:

Цена одного бетонного блока, выпускаемого фирмой 5000 руб.

Переменные издержки (заработная плата рабочим, стоимость компонентов и т.д.) в расчете на одно изделие 4000 руб.

Постоянные издержки 20000 руб.

Максимальный объем выпуска продукции, при котором достигается безубыточность деятельности фирмы:

хо = 20000 / (5000 - 4000) = 20 (изделий).

Период, за который должно быть произведено ( и реализовано) хо изделий, определяется тем, за какой срок мы определили величину постоянных издержек.

Используя уравнение (2) мы также можем определить какого объема выпуска необходимо достичь, чтобы получить определенную величину прибыли. Так, для того чтобы фирма ЗАО «ВиД» получила прибыль в размере 10000 руб., необходимо произвести:

х = (10000 + 20000) / (5000 - 4000) = 30 (изделий).

**Пояснение: данный расчет взят как пример по отдельному виду продукции. Реальный расчет точки безубыточности, в рамках курсовой работы, будет приведен в соответствующей главе.**

#### 2.2. Маржинальный доход.

Метод маржинального дохода есть модификация предыдущего. Под маржинальным (предельным) доходом мы будем понимать доход, который получает фирма от производства одного изделия. В нашем примере маржинальный доход равен:

5000 - 4000 = 1000 руб. на единицу.

Тогда формула (2) может быть переписана в виде:



а для определения объема производства с заданной прибылью:



Таким образом, в точке безубыточности финансовый отчет может быть представлен в следующем виде (используя термины маржинального дохода):

Всего, руб. На единицу, руб.

Выручка 5000 \* 20 единиц 100000 5000

Переменные расходы 4000 \* 20 единиц 80000 4000

Маржинальный доход 20000 1000

Постоянные расходы 20000 1000

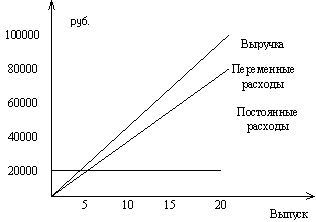
Чистая прибыль 0 0

#### 2.3 Графический метод.

Два рассмотренных ранее метода по своей сути есть методы статические. Рассматривается фиксированная цена реализации, переменные расходы, постоянные расходы и прибыль. Далее на основе этих данных рассчитывается объем производства, при котором достигается заданная прибыль. Если отказаться от фиксированной величины прибыли, то получается зависимость между объемом выпуска и прибылью, которую легко выразить графически. Для этого необходимо объединить на одном графике следующие три линии:



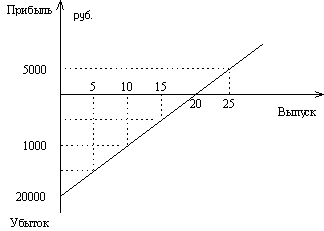
Таким образом мы получаем следующий график анализа поведения затрат, прибыли и объема продаж:



Заметим, что на этом графике линия выручки и линия переменных расходов исходят из одной точки и разница между ними и есть не что иное, как маржинальный доход. Используя данный график мы можем легко определить величину прибыли или убытка для того или иного объема выпуска.



Иногда бывает достаточно удобно рассматривать не два графика выручки и общих затрат, а один график чистой прибыли фирмы, получаемый как разница между графиками выручки и общих затрат:



Заметим, что при нулевом выпуске убыток в точности равен постоянным затратам.

Получен достаточно удобный инструмент графического анализа зависимости между выпуском, выручкой, затратами и прибылью. Данный метод можно использовать и при других (нелинейных) характеристиках зависимостей между объемом производства и финансовыми показателями. Однако, следует отметить и недостаток, присущий рассматриваемому методу. Как и всякий графический метод, он дает не очень точные результаты.

Перейдем теперь к обсуждению тех допущений, которые лежат в основе применения вышеописанных методов к реальным экономическим данным. Все три метода относятся к так называемому CVP-анализу, то есть анализу соотношений прибыли, затрат и объема продаж.

Прежде всего, необходимо отметить, что на самом деле картина, представленная при описании методов CVP-анализа, верна лишь в ограниченном диапазоне объемов выпуска. Ограниченность проистекает, прежде всего, из того, что при достаточно большом объеме выпуска продукции перестают быть верными многие предпосылки, лежащие в основе CVP-анализа, например, неизменный характер и величина постоянных расходов, и т.д.

Для того, чтобы можно было возможно точнее представлять область релевантности для CVP-анализа, перечислим допущения, использованные для построения вышеописанных моделей:

1. Поведение общих затрат и выручки жестко определено и линейно в пределах области релевантности. Это предположение верно лишь для тех случаев, когда изменение выпуска продукции фирмы невелико по сравнению с емкостью рынка данной продукции. Иначе нарушается линейность зависимости между объемом выпуска и выручкой.

2. Все затраты можно разделить на переменные и постоянные. О различных подходах к классификации затрат более подробно будет сказано в следующей главе.

3. Постоянные расходы остаются независимыми от объема в пределах области релевантности. Очень важное предположение, существенно облегчающее анализ, но и сильно ограничивающее область релевантности. В самом деле, при таком предположении объем выпуска продукции ограничен имеющимися основными средствами. Ни увеличивать их объем, ни получать основные средства в аренду нельзя.

Более реалистично предположение о том, что постоянные расходы изменяются ступенчато:



Однако, такое предположение сильно осложняет CVP-анализ, так как график общих расходов становится разрывной функцией.

4. Переменные расходы остаются независимыми от объема выпуска в пределах области релевантности. На самом деле величина переменных расходов есть некоторая функция от объема производства, так как существует эффект падения предельной производительности факторов производства. Поэтому в условиях предположения 3 (независимость постоянных расходов от объема производства) переменные расходы увеличиваются с ростом объема производства. В качестве более точного приближения можно предложить аналогичный ступенчатый график (см. пред. 3):



5. Цена реализации выпуска не меняется. Наиболее уязвимое предположение, так как цена реализации продукции зависит не только от действий самого предприятия, но и от структуры спроса на рынке, действий конкурентов, ситуации на рынке товаров-субститутов и т.д. Затраты фирмы на продвижение товара на рынок, организацию собственной торговой сети и т.п. могут оказать существенное влияние на изменение цены реализации.

6. Цены на материалы и услуги, используемые в производстве, не меняются. Ситуация аналогичная с п. 5. Весьма спорное предположение, однако это сильно облегчает анализ.

7. Производительность не меняется.

8. Отсутствуют структурные сдвиги. До этого рассматривалось производство одного изделия. Соответственно, не возникали проблемы распределения издержек на различные изделия, определения их цен, определения эффективности производства каждого из изделий.

9. На затраты влияет только объем производства. Очень важное для CVP-анализа предположение.

10. Объем производства равен объему продаж, или изменения начальных и конечных запасов в итоге незначительны.

Реальный мир не удовлетворяет всем перечисленным выше допущениям. Однако, возможно аппроксимировать методы CVP-анализа к реальному миру с помощью приема, известного как чувствительный анализ. Чувствительный анализ использует прием «что будет, если», который предполагает ответ на вопрос, как изменится результат, если первоначально спроектированные допущения не будут достигнуты или ситуация с допусками изменится. Инструментом анализа чувствительности является маржа безопасности, то есть та величина выручки, которая находится за точкой безубыточности. Ее сумма показывает, до какого предела может упасть выручка, чтобы не было убытка.

После того как сделаны основные предположения по изменениям в исходных допущениях, необходимо рассчитать вызванные этими предположениями изменения маржинального дохода и маржи безопасности. Управленческий учет непрерывно анализирует поведение затрат и периодически определяет точку безубыточности. По сути дела, чувствительный анализ определяет эластичность маржи безопасности по отношению к допускам CVP-анализа.

Остается единственный невыясненный вопрос: откуда брать оценки цен и затрат на будущие периоды. Уже функционирующая компания берет эти значения из собственной статистики затрат и поведения цен с учетом будущих изменений в экономике. Необходимо в частности учитывать сезонные колебания цен, действия конкурентов, появление товаров-субститутов (особенно на высокотехнологичных рынках). Вновь создаваемые фирмы не могут опираться на собственный опыт в силу отсутствия такового, следовательно, для них возможен лишь расчет по аналогии с фирмами уже действующими в этой отрасли. При этом возможно опираться на всевозможную справочную информацию, в том числе получаемую от специализированных консалтинговых фирм. Наиболее сложным является создание фирмы, которая будет действовать на еще не существующем секторе рынка. В таком случае следует ориентироваться на тщательную калькуляцию затрат и маркетинговые исследования рынка. Целесообразно применять в этом случае ценообразование по методу «издержки плюс», то есть цена получается добавлением к величине издержек фиксированной маржи. При таком ценообразовании сразу же известна величина маржинального дохода и, следовательно, легко определяется точка безубыточности.

**2.4. Ценовая политика фирмы.**

Теперь мы приступаем к детальному анализу второго аспекта проблемы безубыточности фирмы - цен реализации произведенной продукции. Если на себестоимость продукции предприятие может влиять лишь в очень небольших пределах, на самом деле (гибкость предприятия ограничена, как правило, разбросом цен на сырье, материалы, полуфабрикаты и рабочую силу, а также внутренними резервами производства по снижению материалоемкости продукции), то цену реализации на свою продукцию предприятие может устанавливать в практически неограниченных пределах. Однако, возможность установления неограниченной цены не влечет за собой обязательств потребителя приобретать продукцию фирмы за названную ею цену. Таким образом ценовая политика фирмы - суть решение дилеммы между высокой ценой реализации и большими объемами продаж. Попробуем рассмотреть различные варианты действия фирмы по установлению цен на реализуемую продукцию.

Первый, и самый простой случай, заключается в том, что наша фирма действует на рынке, близком к современно конкурентному. Предположим, что мы рассматриваем средних размеров оптовую фирму. В такой ситуации размер доходов фирмы (в нашем случае торговой надбавки и комиссионных за дополнительные услуги) с достаточно большой точностью определен рыночными условиями. То есть мы имеем дело с ценой, определенной внешними факторами, иначе говоря, фирма в данной ситуации выступает как Price Taken. Поэтому, еще при создании такой фирмы в расчете безубыточности необходимо учитывать фиксированную цену на продукцию фирмы. Как следствие, для повышения финансовой устойчивости и более надежных гарантий от убыточной деятельности необходим высокий уровень маржи безопасности. Единственное средство достичь этого - строгий контроль за уровнем издержек.

Для фирмы, которая не может удержать свои издержки в рамках безубыточности, можно рекомендовать два выхода:

1. расширить диапазон выпускаемых товаров или оказываемых услуг, например, за счет выпуска новых марок товаров, что позволит ослабить ценовое давление на фирму в занимаемой ею рыночной нише;
2. диверсифицировать свою деятельность, то есть проникнуть на новые рынки.

Данные меры требуют дополнительных затрат, однако, чаще всего, бывает возможно осуществить требуемые инвестиции из имеющегося основного капитала фирмы, пока убытки от высоких издержек по основной деятельности не сведут капитал фирмы к нулю. Влияние дополнительных инвестиций на издержки мы рассмотрим чуть ниже.

Несколько другая ситуация складывается в том случае, когда фирма имеет возможность сама определять цену (в пределах более широких, чем на рынках с почти совершенной конкуренцией). Если издержки фирмы лежат в пределах среднеотраслевых издержек, то наиболее предпочтительным является ценообразование по методу «издержки плюс». Суть этого метода заключается в том, что цена на продукцию фирмы устанавливается равной издержкам на ее производство плюс некоторый процент надбавки. Вопрос заключается в величине надбавки. С точки зрения безубыточности деятельности фирмы, этот процент есть ни что иное как маржа безопасности в чистом виде. Естественно, что чем выше маржа безопасности, тем более устойчиво финансовое положение фирмы (по крайней мере в текущий момент). Этот процент должен быть снизу ограничен среднерыночным процентом на капитал фирмы плюс вознаграждение предпринимателю, и в долгосрочном периоде он должен был бы быть им равен. В краткосрочной же перспективе - надбавке на уровне гарантирующем максимальную доходность от продаж. Следует подчеркнуть, что мы максимизируем доход, так как наличие положительного (по определению) процента надбавки само по себе гарантирует, что максимум дохода совпадает с максимумом прибыли. Эту идеальную картину прибыльного производства могут нарушить (и нарушают) случайные влияния сторонних факторов. Дело в том, что при таком методе калькуляция цены ведется по плановым показателям, следовательно полученная цена не учитывает внешних факторов, действующих между моментом расчета цены и моментом оплаты. Таковыми факторами могут быть, например, инфляция, неожиданные изменения структуры покупательского спроса и т.д. Рекомендуется продавать такие товары с оговоркой о возможном изменении цены в оговоренных пределах (такой метод продаж необходимо применять в том случае, когда есть основания опасаться влияния вышеперечисленных факторов).

В некоторых ситуациях бывает выгоднее временно снизить цены для стимулирования роста продаж или для продвижения товара на рынок. Сейчас мы рассмотрим соотношение демпинговой ценовой политики и вопросов безубыточности.

Пусть фирма, имея уровень постоянных затрат в 200000 у.е., переменных затрат на единицу продукции - 10 у.е., продает продукцию по цене 14 у.е. за единицу, владеет 25% рынка. При снижении цен на 2 у.е. доля рынка по маркетинговым исследованиям увеличится на 27%. Рассчитаем исходную точку безубыточности:

Постоянные расходы 200000 у.е.

Переменные расходы на единицу продукции 10 у.е.

Доход от продажи единицы продукции 14 у.е.

Маржинальный доход на единицу продукции 4 у.е.

Точка безубыточности 200000 у.е./4 у.е. = 50000 ед.

Для измененной цены точка безубыточности:

Доход от продажи единицы продукции 12 у.е.

Маржинальный доход на единицу продукции 2 у.е.

Точка безубыточности 200000 у.е./2 у.е. = 100000 ед.

Таким образом, количество продукции фирмы, которое необходимо продать для достижения точки безубыточности возросло в 2 раза. Однако, на рынке число продаж увеличилось в

(27% + 25%) / 25% = 2,08 раза

то есть маржа безопасности увеличится в результате планируемого изменения цен на 8%.

Рассмотрим теперь ситуацию с достижением точки безубыточности при снижении цены реализации ниже величины переменных затрат на одно изделие. Единственная ситуация при которой оправдано такое снижение это проникновение товара на новый рынок или же существенное расширение занятой рыночной цели. Пусть ожидаемый эффект от снижения цены реализации до 8 у.е. за единицу заключается в увеличении доли рынка до 51% в течении трех ближайших лет, при продажных ценах в течении следующих двух лет в 15 у.е. Примем, что сегодняшняя доля продаж составляет в собственном выражении 60000 единиц. Тогда в течении будущих трех лет общее количество продаж составит 122400 единиц в год. Рассчитаем прибыли и убытки от такой акции:

#### 1 год

Доход от реализации 122400 изделий по цене 8 у.е. за штуку - 979 200 у.е.

Постоянные издержки 200 000 у.е.

Переменные издержки по 122400 изделиям в размере 10 у.е. за штуку - 1 224 000 у.е.

Прибыль 0 у.е.

Убыток 444 800 у.е.

**2 год**

Финансовый результат прошлого года 444 800 у.е.

Доход от реализации 122400 изделий по цене 15 у.е. за штуку - 1 836 000 у.е.

Постоянные издержки 200 000 у.е.

Переменные издержки по 122400 изделиям в размере 10 у.е. за штуку - 1 224 000 у.е.

Прибыль 0 у.е.

Убыток 32 000 у.е.

**3 год**

Финансовый результат прошлого года 32 000 у.е.

Доход от реализации 122400 изделий по цене 15$ за штуку - 1 836 000 у.е.

Постоянные издержки 200 000 у.е.

Переменные издержки по 122400 изделиям в размере 10 у.е. за штуку - 1 224 000 у.е.

Прибыль 380 000 у.е.

Убыток 0 у.е.

Таким образом, в результате данной операции фирма достигает точки безубыточности на третий год существования такой маркетинговой стратегии. Аналогично снижению цены на реализуемый товар возможно увеличение доли средств инвестируемых в продвижении товара на рынок. Тогда эти расходы относятся на счет общефирменных накладных расходов как при попроцесной так и позаказной калькуляции расходов. Следовательно, увеличивая абсолютную величину постоянных расходов сданные издержки увеличивают минимальный объем производства для достижения точки безубыточности.

**Глава 3. Планирование безубыточности**

Вопросы анализа точки безубыточности наиболее интересны в двух аспектах: анализ нынешнего состояния дел на предприятии и прогноз будущего состояния фирмы. Первый аспект заключается в выделении наиболее существенных факторов, определяющих себестоимость производимых изделий (п.3.1.) и анализа текущей рыночной конъюнктуры. Второй аспект заключается в прогнозе уровня затрат на производство и ценовой ситуации на рынке. На основе сделанных прогнозов осуществляется расчет плана производства. Важным условием обеспечения успешной деятельности фирмы является контроль за выполнением плана безубыточности фирмы.

Подробно рассмотрим все стадии процесса планирования безубыточности:

1. Анализ состояния дел в фирме и ситуации на рынках сбыта.

Подразумевается анализ сильных и слабых сторон деятельности фирмы с точки зрения внутренних и внешних факторов. Под внутренними факторами прежде всего понимаем анализ издержек, с учетом возможностей трансформирования структуры издержек с целью их минимизации. Отметим, что на минимизацию издержек помимо часто производственных и технических вопросов немаловажное влияние оказывает уровень менеджмента на предприятии и деятельность служб снабжения. Внешние факторы рассматриваются прежде всего как те объективные особенности рыночной среды, которые оказывают положительное или отрицательное воздействие на деятельность предприятия. К числу таких факторов относятся: доля рынка, контролируемая фирмой, и тенденцией к ее изменению; деятельность конкурентов, изменение предпочтений потребителей, изменение общей финансовой ситуации в стране, где осуществляется деятельность фирмы и т.д.

II. Прогноз будущих цен на факторы производства и на готовую продукцию.

На основе данных изображенных в п.I осуществляется прогнозное планирование интересующих нас ценовых факторов товарного рынка. Для этого особенно полезно рассмотрение статистически по показателям, рассматривавшимся в п.I, анализ динамики этих показателей, в том числе и с помощью экономико-математических методов. Если у предприятия отсутствуют возможности для проведения подобного рода анализа, то можно ограничиться простой экстраполяцией существующих тенденций в изменениях цен на рынке. На этом же этапе определяются цены противодействия возможным неблагоприятным изменениям цен. В частности могут рассматриваться вопросы хеджирования ценового риска путем использования товарных фьючерсов и опционов.

III. Расчет переменных и постоянных затрат.

Необходимо рассчитать себестоимость производимой продукции. При этом необходимо спланировать применение объема незавершенного производства и степень выполнения отдельных этапов работ. Здесь же определяется потребность в основных и оборотных средствах, определяются предположительные источники их формирования. Если потребность в финансовых ресурсах удовлетворяется путем внешних займов, то в сумму непроизводственных расходов необходимо включить расходы по полученным кредитам.

IV. Расчет точки безубыточности.

Определяем точку безубыточности на основе расчета себестоимости изделий и предположительной цены реализации. Схемы расчета точки безубыточности изложены в Глава 2. После расчета объема производства, необходимого для покрытия постоянных издержек, определяется потребная величина маржи безопасности. Эта приблизительная величина зависит от стабильности внешней среды, в которой действует фирма. Естественно, что чем более нестабильна внешняя среда, тем большим должен быть размер маржи безопасности. После определения маржи безопасности рассчитываем объем выпуска и реализации продукции необходимой для достижения требуемого уровня маржи безопасности.

## V. Определение ценовой политики предприятия

На основе анализа будущего состояния рынка, произведенного в п.II, определяем при каком уровне цен и ценовой политике предприятия достигается необходимый объем реализации. После этого вновь пересчитывается точка безубыточности и уточненная величина маржи безопасности. Если эта величина не удовлетворяет заданному в п.IV критерию, то повторяем пункт V еще раз, с другими значениями цен. Если не получается достичь приемлемой величины маржи безопасности, то необходимо повторить анализ в III, обращая внимание на снижение затрат. Подобным оперативным процессом мы достигаем производственного плана с удовлетворяющими исходным требованиям величинами маржи безопасности и цен реализации.

## VI.Принятие окончательного плана

На основе определенных в п. V цен реализации, объемов реализации производится окончательный расчет точки безубыточности, а также составляется финансовый план и план реализации с разбивкой по периодам. При этом определяется момент достижения точки безубыточности.

## VII.Контроль безубыточности

Контроль безубыточности включает в себя несколько аспектов о которых мы только упоминаем: контроль производственных расходов, контроль себестоимости, контроль плана реализации, контроль поступления доходов, контроль выполнения плана безубыточности. Ясно, что контроль себестоимости и контроль плана реализации и поступления доходов проверяют две составляющие концепции безубыточности. Комплексный контроль безубыточности заключается в непрерывном контроле за полученными доходами и текущими издержками фирмы, определении того, в каком положении относительно точки безубыточности находится фирма. Подобное изложение вопросов планирования и контроля безубыточности опускается в силу того, что данная работа имеет ограниченный объем.

Таким образом мы рассматриваем достаточно замкнутый круг вопросов, касающихся анализа безубыточности и вкратце описали процесс планирования безубыточности.

**Глава 4. Управление формированием прибыли на примере строительной организации - ЗАО «ВиД» г.Печора.**

Существует три основных метода повышения прибыли:

1. Снижение себестоимости производимой продукции.
2. Повышение объема реализации продукции.
3. Увеличение цен на продукцию.

Все эти методы исходят из формул для нахождения прибыли:

**Прибыль = Ц \* Количество реализации – Постоянные расходы – Переменные расходы**

Проанализируем все методы применительно к предприятию ЗАО «ВиД»,

1. Снижение себестоимости производимой продукции.

В разделе 4.1. были показаны основные статьи с/с, которые возможно снизить. Однако наиболее реальным представляется снижение зарплаты управленческого персонала в составе общехозяйственных расходов. Дело в том, что по принятым стандартам данная зарплата должна составлять не более 20% от зарплаты производственных рабочих, в то время как на самом деле она составляет около 513%, т.е превышает более, чем в 5 раз. Если снизить зарплату персонала на 100000 у.е. (66,67%, т.е. 2/3), то она будет все же значительно превышать норму, однако операционные затраты существенно снизятся, а следовательно повысится прибыль.

Так прибыль до снижения данной статьи составляла:

5631000 – 1663000 – 2303485 = 1664515 у.е.

После снижения она составит 1764515 у.е., т.е. повысится на 6%

1. Повышение объема реализации продукции.

Повысить объем реализации можно после досконального изучения рынка сбыта и нахождения новых покупателей продукции. Такое повышение возможно, во-первых за счет снижения запасов готовой продукции на складах предприятия, а во вторых, за счет введения предприятием в 2001 г. новых производственных мощностей (закупка оборудования) и повышения объёма выпускаемой продукции.

Так, если повысить объём реализации на 3% (4200 шт.) за счёт продукции, находящейся на складах то прибыль составит:

5631000 / 144200 – 1663000 – 2303485 / 140000 \* 144200 = 1764340 у.е.

Т.е. при повышении объёма реализации на 3% прибыль предприятия увеличится на 6% (5,997%)

1. Увеличение цен на продукцию.

Этот метод является самым рискованным из перечисленных, поскольку повышение цены может понизить спрос на продукцию или повлечь за собой переход на потребление продукции предприятий – конкурентов.

Однако предположим, что предприятие досконально проанализировало рынки сбыта и нашло возможным повышение цены продукции на 5% (с 40,22 у.е./шт до 42,23 у.е./шт). Прибыль будет составлять:

42,23 \* 140000 – 1663000 – 2303483 = 1945715 у.е.

Т.е. прибыль увеличится на 17% (16,794%)

Таким образом, наиболее эффективным из трех предложенных методов является увеличение цены реализации продукции.

Применив все перечисленные методы, предприятие сможет существенно повысить свою прибыль. Она составит:

42,23 \* 144200 – 1563000 – 2372590 = 2153976 у.е.

Т.е. повышение прибыли составит 29,41% или 489461 у.е.

Анализ конкурентноспособности построен на основе классификации затрат на постоянные и переменные, а также определении точки безубыточности (критического объема реализации).

Точка безубыточности – это объём реализации продукции, при котором выручка от её реализации равна общим затратам.

В натуральном выражении (количество единиц реализации):

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Тб/у | = | Постоянные затраты | | |
| Цена реализации | - | Переменные затраты на единицу |
| единицы продукции | реализованной продукции |

В денежном выражении:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Тб/у | = | Постоянные затраты |
| Результат от реализации после возмещения переменных затрат в относительном выражении |

Для анализируемого предприятия ЗАО «ВиД» постоянными затратами за 2001 г. являются:

* постоянные производственные накладные затраты – 1160000 у.е.

(Приложение №1);

* общехозяйственные расходы (Приложение №1) 315000 у.е.;
* постоянные затраты на сбыт (Приложение №1) 188000 у.е.;

Всего постоянных затрат 1663000 у.е.

Переменные затраты включают в себя:

* переменные производственные накладные затраты (Приложение №1) 620000 у.е. для производственных 146144 шт. изделий, тогда для реализованных 140000:

620000 \* 140000 / 146144 = 593935 у.е.

* затраты на оплату труда (Приложение №1):

29229 \* 140000 / 146144 = 28000 у.е.

- затраты на материалы составят:

материал А: 140000 шт. \* 2 у.е./кг \* 4 кг/шт = 1120000 у.е.

материал Б: 140000 шт. \* 2 у.е./кг \* 1 кг/шт = 280000 у.е.

Всего 1120000 + 280000 = 1400000 у.е.

- расходы по сбыту (Приложение №1) 281550 у.е.

Итого переменных расходов 2303485 у.е.

На единицу продукции приходится:

2303485 / 140000 = 16,45 у.е. переменных расходов.

Цена единицы продукции по году составляет:

5631000 / 140000 = 40,22 у.е.

Теперь можно рассчитать критический объём сбыта продукции (точку безубыточности):

Тб/у = 1663000 / (40,22 – 16,45) = 69962 шт.

В денежном выражении это составляет :

69962 \* 40,22 = 2813872 у.е.

Можно подсчитать запас финансовой устойчивости:

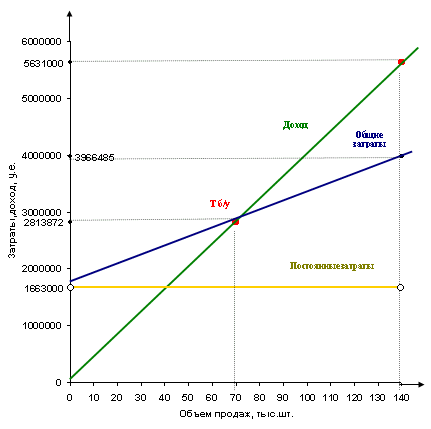
5631000 – 2813872 = 2817128 у.е.;

в натуральном выражении:

140000 – 69962 = 70038 шт.

Это значит, что предприятие может, не неся убытков, снизить объём продаж на 70038 шт, т.е. почти на половину.

На рисунке приведено графическое изображение точки безубыточности .



**Заключение**

В данной курсовой было проделано следующее:

- рассмотрена концепция безубыточности в современной экономической теории;

- изучены методы определения точки безубыточности;

- рассмотрен процесс планирования безубыточности;

- в расчетной части курсовой было рассмотрено управление формированием прибыли на примере строительной организации - ЗАО «ВиД» г.Печора.

В целом деятельность предприятия ЗАО «ВиД» в 2001 г. можно считать выгодной, поскольку при заданном объеме производства и затратах на выпуск предприятие получит большую прибыль. Кроме того, у него имеются ресурсы для расширения производства и увеличения прибыли: можно повысить объем выпуска продукции и уменьшить некоторые статьи затрат. Политику руководства можно назвать правильной, поскольку обеспечивается и прибыль, и финансовая устойчивость предприятия.

Управление формированием прибыли - часть деятельности предприятия. Без контроля и составления прогнозов финансово-хозяйственной деятельности предприятия невозможно оценить его будущую рентабельность и, соответственно, целесообразность функционирования в будущем. Кроме того, нельзя внести коррективы и максимально увеличить прибыль, если не проанализировать доходы от реализации продукции и затраты на её выпуск.

# Список литературы.

- Грибалев Н.П., Игнатьева И.Г. Бизнес-план. Практическое руководство по составлению. - СПб: «Белл», 1994.

- Долан Эдвин Дж. Микроэкономика. - СПб: АО «Санкт Петебург оркестр», 1994.

- К.Друри Введение в управленческий и производственный учет. - М: «Аудит», 1994.

- Ковалев В.В. Финансовый анализ. - М: «Финансы и статистика», 1996.

- Б.Нидлз, Х.Андерсон, Д.Колдуэлл Принципы бухгалтерского учета. - М: «Финансы и статистика», 1994.

- Питерс М., Хизрич Р. Предпринимательство. - М: «Прогресс-Универс», 1989.

- Харальд Штиглер, Роман Хофмайстер Контроллинг. Часть I и II. - Вена: «Институт содействия экономике Федеральной палаты экономики Австрии», 1993.

**Приложение №1 (таблицы)**

**Бюджет прямых затрат на оплату труда.**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатели** | **ед. измерен.** | **1** | **2** | **3** | **4** | **Год** |
| Объём производства | шт. | 41620 | 33880 | 35000 | 35644 | 146144 |
| Затраты труда на единицу продукции | Час. | 0.5 | 0.5 | 0.5 | 0.5 | 0.5 |
| Общие затраты рабочего времени на весь объём поизводства | Час | 20810 | 16940 | 17500 | 17882 | 73072 |
| Тарифная ставка оплаты труда | у.е./час | 0.4 | 0.4 | 0.4 | 0.4 | 0.4 |
| Общие затраты на оплату труда | у.е. | 8324 | 6776 | 7000 | 7129 | 29229 |

**Бюджет производственных накладных расходов.**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатели** | **ед. измерен.** | **1** | **2** | **3** | **4** | **Год** |
| 1. Расчет переменных затрат | | | | | | |
| Объём производства | шт | 41620 | 33880 | 35000 | 35644 | 146144 |
| Ставка переменных накладных затрат на единицу продукции | у.е./шт | 4,24 | 4,24 | 4,24 | 4,24 | 4,24 |
| Всего переменных затрат  в том числе по статьям:   * заработная плата * освещение * ремонт | у.е. | 176568 | 143732 | 148484 | 151216 | 620000 |
| у.е. | 56960 | 46370 | 47900 | 48770 | 200000 |
| у.е. | 5696 | 4637 | 4790 | 4877 | 20000 |
| у.е. | 113912 | 92725 | 95794 | 97569 | 400000 |
| 2. Расчет постоянных затрат | | | | | | |
| Всего постоянных производственные затрат  в том числе по статьям:   * заработная плата * аренда * освещение * амортизация * ремонт | у.е. | 290000 | 290000 | 290000 | 290000 | 1160000 |
| у.е. | 100000 | 100000 | 100000 | 100000 | 400000 |
| у.е. | 50000 | 50000 | 50000 | 50000 | 200000 |
| у.е. | 25000 | 25000 | 25000 | 25000 | 100000 |
| у.е. | 92500 | 92500 | 92500 | 92500 | 370000 |
| у.е. | 22500 | 22500 | 22500 | 22500 | 90000 |
| Всего накладных затрат | у.е. | 466568 | 433732 | 438484 | 441216 | 1780000 |

#### Приложение №1 (таблицы)

#### Бюджет себестоимости произведённой продукции.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатели** | **1** | **2** | **3** | **4** | **Всего** |
| Затраты на производство продукции,  в том числе:   * Материалы * Заработная плата * Производственные накладные расходы | 891092 | 779308 | 795484 | 804785 | 3270669 |
| 416200 | 338800 | 350000 | 356440 | 1461440 |
| 8324 | 6776 | 7000 | 7129 | 29229 |
| 466568 | 433732 | 438484 | 441216 | 1780000 |
| Себестоимость произведенной продукции | 891092 | 779308 | 795484 | 804785 | 3270669 |

#### Бюджет себестоимости реализованной продукции.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатели** | **1** | **2** | **3** | **4** | **Всего** |
| Запас готовой продукции на начало периода | 4620000 | 150394 | 156660 | 156660 | 462000 |
| Себестоимость произведённой продукции | 891092 | 779308 | 795484 | 804785 | 3270669 |
| Запас готовой продукции на конец периода | 150394 | 156660 | 156660 | 171073 | 171073 |
| Себестоимость реализованной продукции | 1202698 | 773042 | 795484 | 790372 | 3561596 |

#### Бюджет общехозяйственных расходов.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатели** | **1** | **2** | **3** | **4** | **Всего** |
| Зарплата | 37500 | 37500 | 37500 | 37500 | 150000 |
| Аренда | 25000 | 25000 | 25000 | 25000 | 100000 |
| Амортизация | 2500 | 2500 | 2500 | 2500 | 10000 |
| Коммунальные услуги | 6250 | 6250 | 6250 | 6250 | 25000 |
| Командировки | 7500 | 7500 | 7500 | 7500 | 30000 |
| Итого: | 78750 | 78750 | 78750 | 78750 | 315000 |

**Приложение №1 (таблицы)**

#### Бюджет расходов на сбыт, у.е..

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатели** | **1** | **2** | **3** | **4** | **Всего** |
| Переменные затраты на сбыт: | 69200 | 706000 | 73500 | 68250 | 281550 |
| объём продаж | 1384000 | 1412000 | 1470000 | 1365000 | 5631000 |
| коммисионные,% | 5% | 5% | 5% | 5% | 5% |
| Постоянные расходы на сбыт: | 47000 | 47000 | 47000 | 47000 | 188000 |
| Заработная плата | 30000 | 30000 | 30000 | 30000 | 120000 |
| Амортизация | 500 | 500 | 500 | 500 | 2000 |
| Командировки | 6000 | 6000 | 6000 | 6000 | 24000 |
| Реклама | 10500 | 10500 | 10500 | 10500 | 42000 |
| Всего расходов на сбыт | 116200 | 117600 | 120500 | 115250 | 469550 |

#### Прогнозный отчет о прибылях или убытках.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Показатели** | **Сумма** | |
| Доход от реализации | 5631000 | |
| Себестоимость реализованной продукции | 3561596 | |
| Валовая прибыль | 2069404 | |
| Операционные затраты в том числе: | 784550 | |
| Общехозяйственные | 315000 | |
| Затраты на сбыт | 469550 | |
| Операционная прибыль от основной деятельности | 1284854 | |
| Налог на прибыль | | 385456 |
| Чистая прибыль | | 899398 |
| Дивиденды | | 44970 |
| Нераспределенная прибыль | | 854428 |

**Приложение №1 (таблицы)**

#### Расчёт денежных расходов на оплату заработной платы, у.е.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | **1** | **2** | **3** | **4** | **Всего** |
| Заработная плата производственных рабочих | 8324 | 6776 | 7000 | 7129 | 29229 |
| Заработная плата в составе: |  |  |  |  |  |
| Производственные накладные затраты | 156960 | 146370 | 147900 | 148770 | 600000 |
| Общехозяйственные расходы | 37500 | 37500 | 37500 | 37500 | 150000 |
| Расходы на сбыт | 30000 | 30000 | 30000 | 30000 | 120000 |
| Итого начислено | 232784 | 220646 | 222400 | 223399 | 899229 |
| Выплата заработной платы: |  |  |  |  |  |
| Задолженность 01.01.01 | 159000 | - | - | - | 159000 |
| Выплата за 1кв | 193987 | 38797 | - | - | 232784 |
| Выплата за 2кв | - | 183872 | 36774 | - | 220646 |
| Выплата за 3кв | - | - | 185333 | 37067 | 222400 |
| Выплата за 4кв | - | - | - | 186166 | 186166 |
| Итого выплат | 352987 | 222669 | 222107 | 223233 | 1020996 |