

**Д. С. Новикова,
В. А. Топленкина**

*Научный руководитель
И. Н. Новикова*

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ И ПЛАНИРОВАНИЮ ПРИБЫЛИ ПРИ СОСТАВЛЕНИИ БИЗНЕС-ПЛАНА ОРГАНИЗАЦИИ

При открытии своего дела начинающий предприниматель нередко рассчитывает не только на собственное и заемное финансирование, но и на привлеченные источники в форме государственной поддержки, которая нередко предоставляется в виде грантов на открытие малого бизнеса. С этой целью необходимо составить бизнес-план, раскрывающий суть такого проекта, а именно цель деятельности, структуру затрат и денежные потоки в будущем времени в зависимости от горизонтов планирования [1].

В современном бизнесе разработка четкого и подробного бизнес-плана является необходимым шагом для успешного ведения предпринимательской деятельности. Один из ключевых аспектов такого плана – анализ прибыли, который позволяет оценить потенциальную финансовую устойчивость бизнеса и его способность генерировать доход. Анализ прибыли – это процесс, который включает оценку всех источников доходов и расходов, связанных с функционированием бизнеса. Он позволяет не только определить ожидаемую прибыль, но и выявить риски и возможные проблемы, которые могут повлиять на финансовый результат. На результатах анализа прибыли основываются инвестиционные решения и долгосрочные стратегии компании.

Первый шаг в анализе прибыли – это оценка потенциальной выручки. Она формируется на основе прогнозируемых продаж, которые зависят от рынка, анализа конкурентов и потребностей целевой аудитории. Важно использовать реалистичные и обоснованные прогнозы, а не завышенные ожидания.

Следующий этап – это расчет себестоимости товаров или услуг, что включает в себя прямые и косвенные затраты. Необходимо учитывать все возможные расходы: материалы, оплату труда, аренду, налоги и пр. Ошибки на этой стадии могут привести к значительным искажениям в общем анализе прибыли.

Операционные расходы включают в себя все затраты, которые не связаны с производством, но необходимы для функционирования бизнеса, такие как маркетинг, управление и увеличение производственных мощностей. Их учет поможет получить более точные прогнозы о том, какая часть выручки действительно будет прибылью.

В анализе прибыли есть нюансы: оценка рисков, учет сезонности, влияние ценовой политики и использование финансовых коэффициентов. Рассмотрим каждый подробнее:

1. Оценка рисков. При составлении бизнес-плана и анализе прибыли важно учитывать риски, которые могут повлиять на доходность бизнеса. Рассмотрение различных сценариев (оптимистичного, пессимистичного и реалистичного) в рамках анализа прибыли позволяет понять, как различные внешние и внутренние факторы могут повлиять на финансы компании.

2. Учет сезонности. Для некоторых видов бизнеса характерны сезонные колебания спроса. Это означает, что для анализа прибыли необходимо учитывать сезонные факторы, которые могут значительно влиять на выручку и, соответственно, на общую прибыль за определенный период.

3. Влияние ценовой политики. Ценовая политика, которую компания выбирает, должна соответствовать рынку и учитывать ценовые ожидания потребителей. Неправильная стратегия ценообразования может привести к недополученной прибыли или, наоборот, привести к снижению конкурентоспособности.

4. Использование финансовых коэффициентов. Для более глубокого анализа прибыли полезно использовать финансовые коэффициенты, такие как маржа прибыли, рентабельность активов и рентабельность собственного капитала. Эти показатели помогают оценить эффективность бизнеса и выявить области, требующие улучшения.

Планирование прибыли – важный этап в формировании бизнес-плана организации, и он позволяет понимать следующие моменты:

1. Определить финансовые цели. Это помогает установить реалистичные и достижимые цели по доходам и прибыли. Четкое понимание целевых показателей позволяет более эффективно управлять ресурсами и направлять усилия.

2. Оценить рыночный потенциал. Анализ конкуренции и рынка позволяет определить, какую долю рынка можно занять, и как обеспечить ее рост.

3. Привлекать инвесторов. Инвесторы хотят видеть четкие прогнозы прибыльности, чтобы понять, какие риски они берут на себя и какие потенциальные результаты могут ожидать.

4. Оптимизировать расходы. Осознание ожидаемых доходов поможет более эффективно управлять затратами и находить способы их оптимизации.

Планирование прибыли является важной частью разработки бизнес-плана, которая требует внимательного подхода и учета множества факторов. Правильная оценка выручки, себестоимости и операционных расходов позволит предпринимателям не только определить потенциальную прибыль, но и минимизировать риски. Учет сезонности, ценовой политики и использование финансовых коэффициентов помогут создать более детализированную и реалистичную картину финансовых перспектив бизнеса. Тщательно выполненный анализ прибыли повысит шансы компании на успешное функционирование и достижение поставленных целей.

Существует несколько этапов планирования прибыли:

1. Анализ рынка и определение целевой аудитории. Первым шагом в планировании прибыли является тщательный анализ рынка. Необходимо определить:

- основные тренды и потребности потребителей;
- конкуренцию: кто является конкурентом, какие его сильные и слабые стороны;
- целевую аудиторию: кто входит в группу потенциальных клиентов, каковы их предпочтения и поведение.

2. Определение источников дохода. Необходимо определить, какие будут источники дохода для бизнеса: продажа товаров или услуг, подписка или членство, реклама, партнерские программы и т. д.

3. Расчет прогнозируемой выручки. Используя данные анализа рынка и определенные источники дохода, следует построить модель прогнозируемой выручки. Это можно сделать с помощью прогнозирования продаж. При этом следует использовать различные методики, такие как сравнение с конкурентами или анализ прошлых продаж (если таковые имеются).

4. Расчет затрат. Параллельно с прогнозированием доходов нужно учитывать и затраты:

- постоянные затраты (аренда, зарплата, коммунальные услуги, амортизация и т. д.), которые не зависят от объема производства или продаж;
- переменные затраты (сырье, упаковка, реклама, расходы на доставку и прочие расходы), которые изменяются в зависимости от объема продаж.

5. Определение точки безубыточности. Точка безубыточности – это объем продаж, когда доходы предприятия равны его расходам. Ее расчет помогает понять, сколько нужно продать, чтобы покрыть все затраты, и начать получать прибыль.

Таким образом, в процедуре составления бизнес-плана организации очень важно владеть методиками анализа и планирования составных элементов прибыли.

Список использованной литературы

1. **Ищенко, О. В.** Методические подходы к анализу и прогнозированию финансового состояния организаций / О. В. Ищенко, Ж. А. Аксенова, А. А. Шаманский // Естественно-гуманитарные исследования. – 2023. – № 2 (46). – С. 257–262.