

ОПТИМИЗАЦИЯ ПРИБЫЛИ КОМПАНИИ НА ОСНОВЕ МЕТОДА УЧЕТА СУММ ПОКРЫТИЯ

М. В. Шарпило

*студентка 4 курса, Белорусский государственный университет, г. Минск,
Республика Беларусь, e-mail: marina.sharpilo@gmail.com*

Рассмотрена тема оптимизации прибыли с помощью управления затратами. Предложен сценарий оптимизации прибыли от реализации продукции с помощью изменений в структуре продаж, обеспечивающий приросты как абсолютных показателей финансового результата компании (прибыль от реализации продукции, чистая прибыль), так и относительных (рентабельность продаж, рентабельность реализованной продукции, рентабельность собственного капитала).

Ключевые слова: оптимизация прибыли; метод учета сумм покрытия; структура продаж; управление затратами.

OPTIMIZATION OF THE COMPANY'S PROFIT BASED ON THE DIRECT COSTING

M. V. Sharpilo

*4-year Student, Belarusian State University, Minsk, Republic of Belarus,
e-mail: marina.sharpilo@gmail.com*

The topic of profit optimization using cost management was considered. The scenario of profit optimization using the changes in the sales structure is proposed, which provides increases in both absolute indicators of the company's financial results (profit from the sale, net profit) and relative ones (return on sales, return on sales, return on equity).

Keywords: optimization of profit; direct costs; sales pattern; cost management.

Прибыль является основным результирующим показателем деятельности организации. Она формирует базу для самостоятельного финансирования организации, расширения процессов, воспроизводства, материального стимулирования сотрудников; за счет прибыли, в основном, предприятие выполняет свои обязательства [1]. Также важность оптимизации прибыли подчеркивает тот факт, что один из основных налогов в Республике Беларусь – налог на прибыль: данный налог составляет 11 % налоговых доходов консолидированного бюджета Республики Беларусь [2], а значит прибыль является не только источником благосостояния владельцев пред-

приятый, но и источником поступлений в бюджет, следовательно, оптимизация прибыли должна положительно сказаться на доходах бюджета. В этой связи вопросы оптимизации прибыли являются важными и актуальными для каждого субъекта хозяйствования, функционирующего в рыночных условиях.

Цель исследования: оптимизировать прибыль Организации X на основе метода учета сумм покрытия.

Управление затратами является, пожалуй, наиболее сильным инструментом в вопросах оптимизации прибыли. Для поиска места, где затраты могут быть оптимизированы, часто используются системы управления затратами, которые основаны на анализе зависимости между изменением объема производства, прибылью и другими показателями на производстве. В данном исследовании особое внимание будет уделено методу учета сумм покрытия.

Суть метода учета сумм покрытия или директ-костинга, состоит в том, что по носителям затрат (видам продукции) распределяются только переменные расходы. Постоянные же расходы списывают на финансовые результаты при расчете прибылей и убытков в конце отчетного периода. По словам М. А. Вахрушиной, «Принципиальное отличие системы «директ-костинг» от калькулирования полной себестоимости состоит в отношении к постоянным общепроизводственным расходам. При калькулировании полной себестоимости постоянные общепроизводственные расходы участвуют в расчетах, при калькулировании по переменным издержкам они из расчетов исключаются» [3].

Сумма покрытия есть разница между выручкой от реализации продукции и переменными затратами. Данный показатель позволяет увидеть, «какой вклад эта разность вносит в покрытие постоянных затрат и получение прибыли. Прибыль возникает только тогда, когда накопленные суммы покрытия по всей проданной продукции становятся больше величины постоянных затрат предприятия» [4].

Практическую реализацию метода учета сумм покрытия будем производить для Организации X.

Проанализируем текущую структуру продаж по продуктам за 2021 год, чтобы наметить пути повышения прибыли Организации X.

Исходные данные для анализа представлены в таблице 1.

Примем данную структуру продаж за Базовый Сценарий.

Проведем анализ продуктов Организации X по показателю наибольшей прибыли, используя метод учета сумм покрытия. Расчет по данному методу приведен в таблице 2.

Таким образом, наиболее продуктом является Продукт 3, а наименее прибыльным – Продукты 1 и 4.

Таблица 1 – Структура объемов продаж и выручки Организации X по продуктам, 2021 г.

Продукт	Объем, %	Выручка, %
Продукт 1	84,55	80,19
Продукт 2	2,13	5,36
Продукт 3	4,46	6,35
Продукт 4	4,92	2,39
Продукт 5	0,62	0,77
Продукт 6	3,33	4,94
Итого	100,00	100,00

Примечание – Источник: разработка автора.

Таблица 2 – Оценка продуктов Организации X с помощью метода сумм покрытия, 2021 год

Продукт	Выручка тыс. руб.	Переменные затраты, тыс. руб.	Сумма покрытия, тыс. руб.	Сумма покрытия/ Выручка
Продукт 1	178 005,86	137 965,71	40 040,14	0,22
Продукт 2	11 894,22	7 612,65	4 281,56	0,36
Продукт 3	14 102,96	8 415,10	5 687,87	0,40
Продукт 4	5 302,53	3 786,91	1 515,62	0,29
Продукт 5	1 709,13	1 146,21	562,91	0,33
Продукт 6	10 954,30	7 432,53	3 521,77	0,32
Сумма	221 969,00	166 359,12	55 609,88	–

Примечание – Источник: разработка автора.

Основываясь на представленных данных, проведем оптимизацию структуры продаж компании, приводящих к увеличению прибыли от реализации продукции и рентабельности продаж и рентабельности реализованной продукции.

Сценарий № 1. Данный сценарий предполагает максимизацию прибыли от реализации продукции при неизменных средних ценах, размерах скидки на категорию и общем объеме продаж. В данном сценарии в качестве переменных выступают объемы продаж каждого продукта. Ограничения на них в данном случае заданы в виде +5 % и –5 % от базовых значений объемов (таблица 3).

Таблица 3 – Ограничения на объемы продаж согласно Сценарию № 1 «Изменение структуры продаж»

Продукт	Объем_{min}, тыс. дал.	Объем₀, тыс. дал.	Объем_{max}, тыс. дал.
Продукт 1	7 852,09	8 265,36	8 678,63
Продукт 2	197,73	208,14	218,55
Продукт 3	414,00	435,79	457,58
Продукт 4	456,82	480,86	504,90
Продукт 5	57,70	60,73	63,77
Продукт 6	309,05	325,32	341,59
Итого	9 776,20	9 776,20	9 776,20

Примечание – Источник: разработка автора.

С учетом заданных ограничений получим новые объемы продаж по категориям. Сравним их с базовым Сценарием в таблице 4.

Таким образом, полученное оптимальное решение задачи оптимизации прибыли от реализации продукции при заданных ограничениях объемов предполагает перераспределение части объемов наименее прибыльных продуктов в пользу наиболее прибыльных.

Таблица 4 – Отклонения объемов продаж Сценария № 1 от Базового Сценария

Продукт	Объем₀, тыс. дал.	Объем₁, тыс. дал.	Отклонение, тыс. дал.	Темп роста, %
Продукт 1	8 265,36	8 237,90	-27,46	99,67
Продукт 2	208,14	218,55	10,41	105,00
Продукт 3	435,79	457,58	21,79	105,00
Продукт 4	480,86	456,82	-24,04	95,00
Продукт 5	60,73	63,77	3,04	105,00
Продукт 6	325,32	341,59	16,27	105,00
Итого	9 776,20	9 776,20	0,00	100,00

Примечание – Источник: разработка автора.

С учетом новых объемов продаж по продуктам получим новые показатели выручки, объемов, затрат и прибыли, представленные в таблице 5.

Предложенная структура по Сценарию № 1 обеспечивает выручку от реализации продукции на уровне 223 045,6 тыс. руб. при объеме продаж в 9776,2 тыс.

дал. при затратах на производство и реализацию в 189088,68 тыс. руб., что в результате дает прибыль от реализации продукции в 33956,92 тыс. руб.

Таблица 5 – Ключевые показатели Сценария № 1

Продукт	Выручка тыс. руб.	Пер. затраты, тыс. руб.	Пост. затраты, тыс. руб.	Прибыль от реализации продукции, тыс. руб.
Продукт 1	177 414,56	137 507,42	22 146,88	33 956,92
Продукт 2	12 488,93	7 993,29		
Продукт 3	14 808,11	8 835,85		
Продукт 4	5 037,41	3 597,57		
Продукт 5	1 794,58	1 203,52		
Продукт 6	11 502,02	7 804,16		
Сумма	223 045,60	166 941,80		

Примечание – Источник: разработка автора.

Рассмотрим влияние реализации Сценария №1 на финансовые результаты Организации X (таблица 6).

Таблица 6 – Отклонения в показателях прибыли и рентабельности Организации X от Базового Сценария при реализации Сценария № 1

Показатель	Базовый сценарий	Сценарий № 1
Прибыль от реализации продукции, тыс. руб.	33 463,00	33 956,92
Прирост прибыли от реализации продукции, тыс. руб.	493,92	
Рентабельность продаж, %	15,08	15,22
Прирост рентабельности продаж, п.п.	0,15	
Рентабельность реализованной продукции, %	17,75	17,96
Прирост рентабельности реализованной продукции, п.п.	0,21	
Чистая прибыль, тыс. руб.	23 248,00	23 653,01
Прирост чистой прибыли, тыс. руб.	405,01	
Рентабельность собственного капитала, %	22,49	22,88
Прирост рентабельности собственного капитала, п.п.	0,39	

Примечание – Источник: разработка автора.

Таким образом, с помощью оптимизации структуры продаж удалось повысить финансовые результаты Организации X: наблюдаются приросты как абсолютных (Прибыль от реализации продукции, чистая прибыль), так и относительных показателей (рентабельность продаж, рентабельность реализованной продукции, рентабельность собственного капитала). Так, прибыль от реализации продукции увеличилась на 493,92 тыс. рублей, прирост рентабельности продаж составил 0,15 п. п., а прирост чистой прибыли составил 405,01 тыс. руб.

Подводя итог вышеописанному, можно сказать, что учет затрат является крайне важным вопросом, когда речь идет о прибыли, так как по сути размер затрат предопределяет величину прибыли. Следовательно, грамотное управление затратами является в то же время и управлением прибылью. Так, используемый в мировой практике метод учета затрат – сумм покрытия позволяет принимать управленческие решения, направленные на оптимизацию прибыли предприятий.

Библиографические ссылки

1. Конанкова О. С. Методы оптимизации прибыли : сайт // Материалы VIII Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум». URL: <https://scienceforum.ru/2016/article/2016025116> (дата обращения: 08.04.2022).

2. Бюджет Республики Беларусь для граждан, 2022 : сайт // Министерство финансов Республики Беларусь. URL: <https://www.minfin.gov.by/upload/bp/budget/-budget2022.pdf>. (дата обращения: 08.04.2022).

3. Вахрушина М. А. Бухгалтерский управленческий учет : учебник для студ. вузов, обучающихся по экон. спец. 4-е изд., стер. М. : Омега-Л, 2006. (Высшее финансовое образование). С. 297.

4. Фольмут Х. Й. Инструменты контроллинга от А до Я / пер с нем. / под ред. и с предисл. М. Л. Лукашевича и Е. Н. Тихоненковой. М. : Финансы и статистика, 1998. С. 67.