

Финансовое планирование

для собственников малого бизнеса

ИГРА ПО СВОИМ ПРАВИЛАМ

Юлия Игошина
Бизнес-тренер



ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ –
это инструмент, с помощью
которого можно минимизировать
негативное воздействие внешних
обстоятельств.



ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ МОМЕНТЫ

13.00 – 14.30 Модуль №1

14.30 – 15.00 Кофе-брейк

15.00 – 16.30 Модуль №2

16.30 – 17.00 Кофе-брейк

17.00 – 18.30 Модуль №3

- ✓ Что такое финансовое планирование
- ✓ Чек-лист из 10 пунктов для выявления резервов увеличения прибыли
- ✓ Отчет о движении денежных средств
- ✓ Расчет планового дохода
- ✓ Финансовый план

Практические инструменты, которые вы получите:

Шаблоны

- отчета о движении денежных средств
- финансового плана

ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ –
это система распределения доходов
по статьям расходов по правилам
компании, а также текущий анализ
доходов и расходов с целью
нахождения резервов увеличения
прибыли.

Финансовое планирование состоит:

- Анализ доходов и расходов
- Анализ маркетинговых мероприятий
- Ведение ОДДС
- Сбор заявок на расходы
- Составление ФП
- Выполнение правил ФП

МОИ РОЛИ

РОЛЬ №1



Жена и Мама

РОЛЬ №2

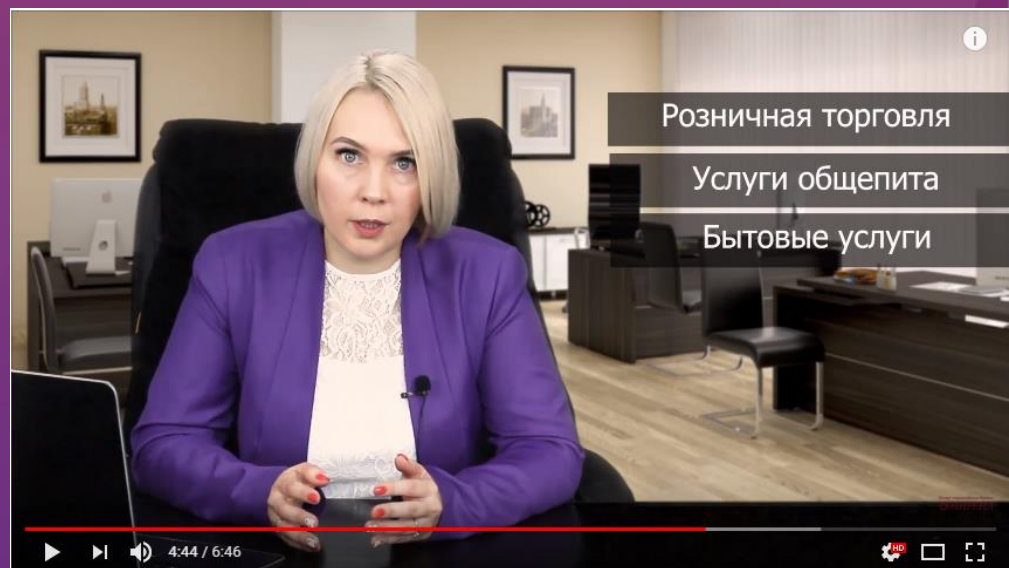


Предприниматель
Основатель бизнеса
Руководитель

РОЛЬ №3

Мирена
в мире бизнеса

Каждый четверг на csb-mirena.ru



Блогер

Бизнес блог

Авторская колонка

Эксперт в области финансового планирования,
аудитор, блогер.

Руководитель компании
Юлия Игошина



Подписывайтесь



csb_mirena



Мирена в мире бизнеса

РОЛЬ №4

Бизнес-тренер по
финансовому
планированию



Финансовое планирование – функция финансового директора

3 МИФА о финансовом директоре

МИФ №1

Главный бухгалтер =
финансовый директор

МИФ №2

Главный бухгалтер >
финансовый директор

МИФ №3

Исполнительный директор =
финансовый директор

Собственник
Исполнительный директор
Финансовый директор

СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ

ПРОДУКТ – это товар, работа или услуга, которую производит и реализует организация

МАРЖИНАЛЬНОСТЬ – разница между
ценой и себестоимостью продукта

СЕБЕСТОИМОСТЬ – это
выраженные в денежной форме
прямые переменные расходы,
необходимые для производства и
реализации единицы продукта

МАРЖИНАЛЬНАЯ ПРИБЫЛЬ –
разница между выручкой и
прямыми расходами

5 ЗАКОНОВ финансового планирования

ЗАКОН №1

Тратим только заработанные
и полученные деньги

ЗАКОН №2

Доход должен
превышать расход

ЗАКОН №3

Совершаются платежи, только
заложенные в финансовом плане

ЗАКОН №4

При составлении финансового плана
руководствуемся не ПБУ и Налоговым
кодексом, а своими правилами

ЗАКОН №5

Финансовый план составляется на
основе движения денежных
средств организации

5 ПРИЧИН
Почему боятся
«финансового планирования»

ПРИЧИНА №1

Страх увидеть реальную
картину

ПРИЧИНА №2

Непонимание сути
финансового планирования

ПРИЧИНА №3

МЫСЛЬ, ЧТО ЭТО СЛОЖНО

ПРИЧИНА №4

Непонимание важности
финансового планирования

ПРИЧИНА №5

Это удел больших
организаций

Анализ доходов и расходов на предмет поиска резервов увеличения прибыли

Чек-лист из 10 пунктов по выявлению резервов увеличения прибыли

Пункт №1

Пересчитай себестоимость своего
Продукта

Пункт №2

Проанализируй цены на материалы и сырье, которые используются для производства Продукта

Пункт №3

Проанализируй косвенные
расходы, на которые мы часто не
обращаем внимание

Пункт №4

Проанализируй систему скидок, а
если системы нет, то займись ее
созданием

Расчет скидки за объем

$$SD = R \times D$$

$$DM = (SD/M) \times 100$$

$$MV = (DM/(100-DM)) \times 100$$

где:

D – скидка (%)

R – выручка от продажи (руб.)

M – маржа (руб.)

SD – сумма скидки (руб.)

DM – процент скидки в марже (%)

MV – минимальный процент увеличения объема продаж

Скидка за обѐм

Выручка	100 ед. x 2000 руб.	= 200 000 руб.
С/с	100 ед. x 1500 руб.	= 150 000 руб.
	Маржа	= 50 000 руб.

Скидка за объем

Скидка 5%

200 000 руб. x 5% = 10 000 руб.

% скидки в марже = $(10\,000 / 50\,000) \times 100 = 20\%$

$$(20 / (100 - 20)) \times 100 = 25\%$$

Минимальный процент увеличения объема
продаж

Скидка за объем

Выручка	125 ед. x 2000 руб.	= 250 000 руб.
	со скидкой 5%	= 237 500 руб.
С/с	125 ед. x 1500 руб.	= 187 500 руб.
	Маржа	= 50 000 руб.

Скидка за объем

Скидка 10%

200 000 руб. x 10% = 20 000 руб.

% скидки в марже = $(20\,000 / 50\,000) \times 100 = 40\%$

$$(40 / (100 - 40)) \times 100 = 67\%$$

Минимальный процент увеличения объема
продаж

Скидка за объем

Выручка	125 ед. x 2000 руб.	= 250 000 руб.
	со скидкой 10%	= 225 000 руб.
С/с	125 ед. x 1500 руб.	= 187 500 руб.
	Маржа	= 37 500 руб.

Пункт №5

Проведи ABC-анализ Клиентов

Пункт №6

Проведи ABC-анализ Продуктов или
линеек Продуктов

Принцип Парето:
20% товаров = 80% дохода

АВС-анализ

Номенклатура	Кол-во (шт)	Цена (руб.)	Выручка (руб.)	Себестоимость (руб)	Маржа с ед. (руб.)	Маржа (%)	Маржа (руб.)	Доля в марже (%)
Стулья	100	500,00р.	50 000,00р.	400,00р.	100,00р.	20%	10 000,00р.	3%
Столы	20	1 000,00р.	20 000,00р.	800,00р.	200,00р.	20%	4 000,00р.	1%
Кресла	4	5 000,00р.	20 000,00р.	4 000,00р.	1 000,00р.	20%	4 000,00р.	1%
Шкафы	5	12 000,00р.	60 000,00р.	10 000,00р.	2 000,00р.	17%	10 000,00р.	3%
Комоды	1	3 000,00р.	3 000,00р.	2 500,00р.	500,00р.	17%	500,00р.	0%
Диваны	7	20 000,00р.	140 000,00р.	16 000,00р.	4 000,00р.	20%	28 000,00р.	9%
Тумбочки	12	1 500,00р.	18 000,00р.	1 200,00р.	300,00р.	20%	3 600,00р.	1%
Пенал	6	3 600,00р.	21 600,00р.	2 800,00р.	800,00р.	22%	4 800,00р.	2%
Спальня	4	120 000,00р.	480 000,00р.	99 000,00р.	21 000,00р.	18%	84 000,00р.	28%
Кухня	3	240 000,00р.	720 000,00р.	190 000,00р.	50 000,00р.	21%	150 000,00р.	50%
Итого:			1 532 600,00р.			20%	298 900,00р.	100%

А	20%	78%
В	30%	16%
С	50%	6%

Пункт №7

Проанализируй нет ли у тебя
«лишних» сотрудников

Пункт №8

Просчитай варианты аутсорсинга

Пункт №9

Посмотри свой прайс

Пункт №10

Подумай можно ли из твоего
Продукта сделать три

Сэм Уолтон, основатель
сетей магазинов Wal-Mart

*«Опережайте ожидания своих
клиентов. Дайте им то, чего они
хотят, и ещё чуть-чуть больше.»*

Пункт №11

Зайди на свой сайт. Посмотри на
него глазами Клиента

Анализ эффективности маркетинговых мероприятий

Обмани или сотрудничай

O – 1 O – 1

C – 2 C – 2

O – 3 C – 0

Самая большая трата XXI века -
ДОВЕРИЕ

Маркетинговая концепция McDonald's

McDonald's рекламирует гамбургер, продает вместе с ним картошку фри и зарабатывает деньги на прохладительных напитках.

Решите задачу

$$\text{McDonald's Cup} + \text{McDonald's Cup} + \text{McDonald's Cup} = 30$$

$$\text{McDonald's Cup} + \text{McDonald's Burger} + \text{McDonald's Burger} = 20$$

$$\text{McDonald's Burger} + \text{McDonald's Fries} + \text{McDonald's Fries} = 9$$

$$\text{McDonald's Burger} + \text{McDonald's Fries} \times \text{McDonald's Cup} = ?$$

ОТЧЕТ О ДВИЖЕНИИ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ

[illegible]

Группировка доходов для финансового планирования

- ✓ По направлениям
- ✓ По отделам
- ✓ По точкам
- ✓ По линейкам продуктов

ЭТО ТВОИ ПРАВИЛА!

АВАНСЫ – ЭТО НЕ ДОХОД!

Группировка расходов для финансового планирования

- ✓ Прямые: переменные и постоянные
- ✓ Косвенные
- ✓ Резервы
- ✓ Кредиты
- ✓ Дивиденды

РАСХОДЫ

```
graph TD; A[РАСХОДЫ] --> B[ПРЯМЫЕ]; A --> C[КОСВЕННЫЕ]
```

ПРЯМЫЕ

КОСВЕННЫЕ

ПРЯМЫЕ РАСХОДЫ – это такие
расходы, которые могут быть прямо и
непосредственно отнесены на
конкретный вид продукта

ПРЯМЫЕ
РАСХОДЫ

```
graph TD; A[ПРЯМЫЕ РАСХОДЫ] --> B[ПЕРЕМЕННЫЕ]; A --> C[ПОСТОЯННЫЕ]
```

ПЕРЕМЕННЫЕ

ПОСТОЯННЫЕ

ПЕРЕМЕННЫЕ РАСХОДЫ -
расходы, величина которых зависит
от объема выпуска продукта.

ПОСТОЯННЫЕ РАСХОДЫ -
расходы, величина которых
практически не зависит от объема
выпуска продукта.

Амортизация

- ✓ Амортизация основных средств
- ✓ Амортизация ремонта
- ✓ Амортизация инвентаря

Амортизация

№	Наименование актива	Стоимость за единицу, руб.	Количество единиц, шт.	Срок использования до обновления, месяцев	Амортизация, руб. в месяц
1	Компьютер	40 000,00р.	2	38	2 105,26р.
2	МФУ	30 000,00р.	1	38	789,47р.
3	Ремонт	200 000,00р.	1	60	3 333,33р.
4	Комплект офисной мебели	50 000,00р.	1	60	833,33р.
5	Кофемашина	24 000,00р.	1	24	1 000,00р.
6	Рекламная вывеска	50 000,00р.	1	120	416,67р.
					8 478,07р.

Не ежемесячные расходы

- ✓ Включаем равными частями каждый месяц

КОСВЕННЫЕ РАСХОДЫ – расходы, которые, в отличие от прямых, не могут быть напрямую отнесены на себестоимость продукта

РЕЗЕРВЫ — это денежные запасы на
случай необходимости

РЕЗЕРВЫ

- ✓ Целевые
- ✓ Страховые

ЦЕЛЕВЫЕ РЕЗЕРВЫ

- ✓ На покупку чего-либо дорогостоящего
- ✓ На расходы, которые не имеют лимита
- ✓ На организацию новых рабочих мест
- ✓ На расширение материальных запасов
- ✓ На закупку больших объемов товаров

СТРАХОВЫЕ РЕЗЕРВЫ

- ✓ Сезонного бизнеса
- ✓ На случай непредвиденных обстоятельств
- ✓ Быстрого реагирования

КРЕДИТЫ

Кредиты не отражаем в доходах, их отражаем в расходах со знаком минус. В расходы берем всю сумму платежа

НАЛОГИ

Позиция в финансовом плане зависит
от режима налогообложения

ДИВИДЕНДЫ

Чтобы гарантированно получать дивиденды, надо отнести их в расходы

СБОР ЗАЯВОК НА РАСХОДЫ

ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН – это
правила распределения доходов по
статьям расходов

ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

		НО	запланировано	распределено	израсходовано	КО
ВЫРУЧКА						
ПРЯМЫЕ ПЕРЕМЕННЫЕ	%					
ПРЯМЫЕ ПОСТОЯННЫЕ	Ф					
МАРЖИНАЛЬНАЯ ПРИБЫЛЬ						
КОСВЕННЫЕ	Ф					
РЕЗЕРВЫ	%					
КРЕДИТЫ	Ф					
ДИВИДЕНДЫ	%					
ПРИБЫЛЬ						
ОСТАТОК						
АВАНС						

Точка безубыточности

ВЫРУЧКА		XXX
ПРЯМЫЕ ПЕРЕМЕННЫЕ		0,00р.
Себестоимость	74%	XXX
Транспорт	1%	XXX
ПРЯМЫЕ ПОСТОЯННЫЕ	Ф	258 500,00р.
Оклады + ФОТ	Ф	250 000,00р.
Амортизация	Ф	8 500,00р.
МАРЖИНАЛЬНАЯ ПРИБЫЛЬ		490 000,00р.
КОСВЕННЫЕ	Ф	130 000,00р.
Аренда	Ф	65 000,00р.
Офисные расходы	Ф	15 000,00р.
Маркетинг	Ф	50 000,00р.
РЕЗЕРВЫ		110 000,00р.
ФБР	Х	50 000,00р.
Страховой резерв	Х	60 000,00р.
КРЕДИТЫ	Ф	50 000,00р.
ДИВИДЕНДЫ	Х	200 000,00р.
ПРИБЫЛЬ		0,00р.

Точка безубыточности

748 500 руб.	–	25%
X	–	100%

X = 2 994 000 руб.

Точка безубыточности

ВЫРУЧКА		2 994 000,00р.
ПРЯМЫЕ ПЕРЕМЕННЫЕ		2 245 500,00р.
Себестоимость	74%	2 215 560,00р.
Транспорт	1%	29 940,00р.
ПРЯМЫЕ ПОСТОЯННЫЕ	Ф	258 500,00р.
Оклады + ФОТ	Ф	250 000,00р.
Амортизация	Ф	8 500,00р.
МАРЖИНАЛЬНАЯ ПРИБЫЛЬ		490 000,00р.
КОСВЕННЫЕ	Ф	130 000,00р.
Аренда	Ф	65 000,00р.
Офисные расходы	Ф	15 000,00р.
Маркетинг	Ф	50 000,00р.
РЕЗЕРВЫ		110 000,00р.
ФБР	10%	50 000,00р.
Страховой резерв	12%	60 000,00р.
КРЕДИТЫ	Ф	50 000,00р.
ДИВИДЕНДЫ	41%	200 000,00р.
ПРИБЫЛЬ		0,00р.

ПРЯМЫЕ РАСХОДЫ – вычитаем из
выручки

КОСВЕННЫЕ РАСХОДЫ – вычитаем
из маржинальной прибыли

ПЕРЕМЕННЫЕ РАСХОДЫ – % от
выручки

ПОСТОЯННЫЕ РАСХОДЫ –
фиксированная сумма

РЕЗЕРВЫ - % от маржинальной
прибыли

СТРОГО СОБЛЮДАЕМ ПРАВИЛА
ФИНАНСОВОГО ПЛАНА

ПРАВИЛА РАБОТАЮТ ТОЛЬКО
ЕСЛИ ИХ ВЫПОЛНЯТЬ!

ВЕРЬТЕ В СЕБЯ –
И ВСЕ ПОЛУЧИТСЯ!

РЕКОМЕНДУЮ

