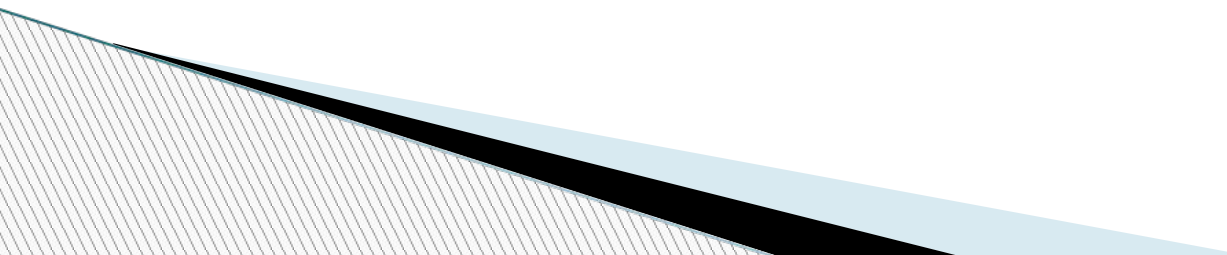
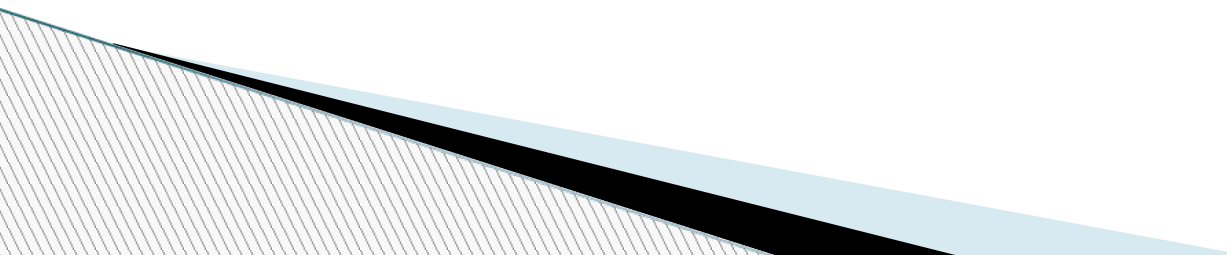


Доходы и прибыль предприятия

ВОПРОСЫ

1. Понятие и сущность доходов и прибыли.
 2. Показатели рентабельности.
 3. Планирование прибыли.
- 

ПРИБЫЛЬ

- Цель деятельности всех коммерческих предприятий;
 - Обобщающий оценочный показатель деятельности предприятия;
 - Количественно определяется как:
 - разность между выручкой и издержками;
 - разница между ценой произведенного продукта и его себестоимостью.
- 

ЗНАЧЕНИЕ ПРИБЫЛИ

- Измеритель результатов деятельности предприятия;
- Источник собственных финансовых ресурсов фирмы;
- Критерий эффективности хозяйственно-финансовой деятельности фирмы;
- Источник социальных благ для трудового коллектива;
- Источник формирования бюджетов всех уровней

ДОХОДЫ

- это увеличение экономических выгод в результате поступления активов (денежных средств, иного имущества) и (или) погашения обязательств, приводящее к увеличению капитала организации, за исключением вкладов участников (собственников имущества).
- ВИДЫ:
 - — доходы от обычных видов деятельности;
 - — прочие доходы.

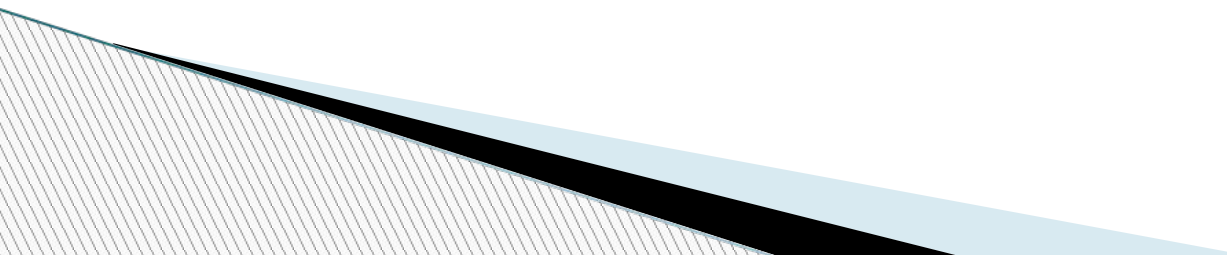
ДОХОДЫ ОТ ОБЫЧНЫХ ВИДОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

— это выручка от продажи продукции и товаров, поступления, связанные с выполнением работ, оказанием услуг без налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей

(чистая выручка).

- характеризуют результат операционной (производственной) деятельности и являются одним из важных показателей плана хозяйственно-финансовой деятельности предприятия.

ДОХОДЫ ОТ ОПЕРАЦИЙ С ВНЕОБОРОТНЫМИ АКТИВАМИ

- Доходы от аренды основных средств
 - Доходы от участия в капитале других организаций
 - Доходы от продажи основных средств и иного имущества
 - Проценты за предоставление денежных средств юридическим и физическим лицам
 - и пр.
- 

ВНЕРЕАЛИЗАЦИОННЫЕ ДОХОДЫ

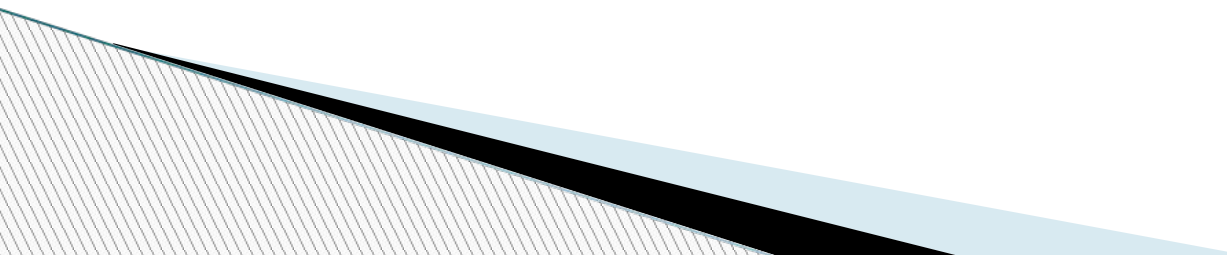
- Безвозмездно полученные активы
- Полученные штрафы, пени неустойки за нарушение партнерами условий договора
- Положительные курсовые разницы в связи с повышением курса иностранных валют
- Возмещение убытков в связи с ЧС

и пр.

ВАЛОВЫЕ ДОХОДЫ

- ▣ - ЭТО ОБЩАЯ СУММА ВСЕХ ДОХОДОВ ПРЕДПРИЯТИЯ.
- ▣ ПОЗВОЛЯЮТ ФИРМЕ РЕШАТЬ **ЗАДАЧИ**:
 - **возмещение текущих расходов**, что создает основу для самоокупаемости хозяйственной деятельности;
 - **формирование прибыли**, что создает основу для самофинансирования.

ВИДЫ ПРИБЫЛИ:

- ▣ ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ;
 - ▣ ПРИБЫЛЬ ОТ ПРОДАЖ;
 - ▣ ПРИБЫЛЬ ДО
НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ;
 - ▣ ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ.
- 

ВИДЫ ПРИБЫЛИ

ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ - разность между выручкой от реализации продукции, выполнения работ, оказания услуг (без налога на добавленную стоимость, акцизов и других аналогичных обязательных платежей) и производственной себестоимостью реализованной продукции (работ, услуг).

В предприятиях торговли:

валовая прибыль - разность между выручкой от продажи товаров (без НДС) и стоимостью реализованных товаров по закупочным ценам (т. е. это доход, полученный в виде торговых надбавок).

ВИДЫ ПРИБЫЛИ

ПРИБЫЛЬ ОТ ПРОДАЖ:

- разность между валовой прибылью и управленческими и коммерческими расходами;
- это разность между чистой выручкой и полной себестоимостью реализованной продукции (выполненных работ, оказанных услуг).

В предприятиях торговли:

- это разность между доходом от торговых надбавок и издержками обращения.

ВИДЫ ПРИБЫЛИ

ПРИБЫЛЬ ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ:

□ рассчитывается с учетом прочих доходов (прибавляются) и прочих расходов (вычитаются):

$$П_{\text{до н/о}} = П_{\text{продаж}} + \text{Проч.доходы} - \text{Проч. расходы}$$

Прибыль до налогообложения — конечный результат хозяйственно-финансовой деятельности.

ВИДЫ ПРИБЫЛИ

ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ:

- Валовая прибыль минус налог на прибыль;
- Остается в распоряжении предприятия и используется на его развитие;
- Нераспределенная прибыль увеличивает уставный капитал.

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ПРИБЫЛЬ

ВНЕШНИЕ:

- политическая стабильность,
- состояние экономики страны, региона,
- темпы инфляции,
- конъюнктура рынка,
- банковский процент,
- размеры налогов,
- цены на экономические ресурсы,
- услуги сторонних организаций и др.

ВНУТРЕННИЕ:

- объемы хозяйственно-финансовой деятельности,
- ассортимент реализуемой продукции,
- себестоимость производства и реализации продукции,
- цены реализации,
- наличие прочих доходов и расходов,
- обеспеченность собственными оборотными средствами,
- наличие долгосрочных кредитов и займов,
- эффективность использования ресурсного потенциала (основных и оборотных средств, персонала) и др.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПРИБЫЛИ

2 основные части:

□ Потребляемая:

- выплаты дивидендов учредителям, акционерам (по привилегированным и обычным акциям);
- средства на социальные нужды и дополнительное материальное стимулирование персонала фирмы;
- отчисления на благотворительные цели.

□ Капитализируемая:

- Резервный фонд — для финансирования кредиторской задолженности в случае банкротства предприятия, выплаты дивидендов по привилегированным акциям;
- увеличение уставного капитала;
- фонд накопления (пополнение основного и оборотного капитала);
- фонд социальной сферы;
- прочие направления.

ПОКАЗАТЕЛИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРИБЫЛИ:

- **Коэффициент капитализации** — отношение суммы капитализированной прибыли к сумме чистой прибыли;
- **Коэффициент выплат собственникам, акционерам** — отношение суммы выплат собственникам, акционерам к сумме чистой прибыли;
- **Коэффициент участия персонала в прибыли** — отношение суммы выплат, льгот персоналу за счет прибыли к сумме чистой прибыли.

Основной задачей управления распределением чистой прибыли является оптимизация пропорций между капитализируемой и потребляемой ее частями.

РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ

- ▣ это отношение прибыли к показателям, формирующим конечный финансовый результат: доходам, расходам, величине используемых экономических ресурсов, вложенному капиталу.
- ▣ показывает, насколько эффективно используются ресурсы предприятия;
- ▣ показывает величину чистой прибыли, приходящейся на рубль затрат, активов или выручки предприятия

ВИДЫ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ:

1. Рентабельность продукции:

$$\frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Себестоимость продукции}} \times 100$$

2. Рентабельность продаж $\frac{\text{Прибыль от реализации}}{\text{Выручка}} \times 100$

3. Рентабельность активов $\frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Совокупные активы}} \times 100$

4. Рентабельность собственного капитала:

$$\frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Собственный капитал}} \times 100$$

ПЛАНИРОВАНИЕ ПРИБЫЛИ

Цель — использование выявленных в процессе анализа резервов ее роста и поиск новых возможностей повышения рентабельности.

□ **Планируют:**

- прибыль от продаж,
- прибыль до налогообложения,
- чистую прибыль.

МЕТОДЫ ПЛАНИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ ОТ ПРОДАЖ:

- **метод прямого счета:** прибыль рассчитывается по каждому виду продукции на основе полной себестоимости единицы продукции, отпускных цен (без НДС, акцизов) и плановых объемов товарной продукции в заданном периоде.
 - ❖ Применяется на предприятиях с небольшим ассортиментом выпускаемой продукции

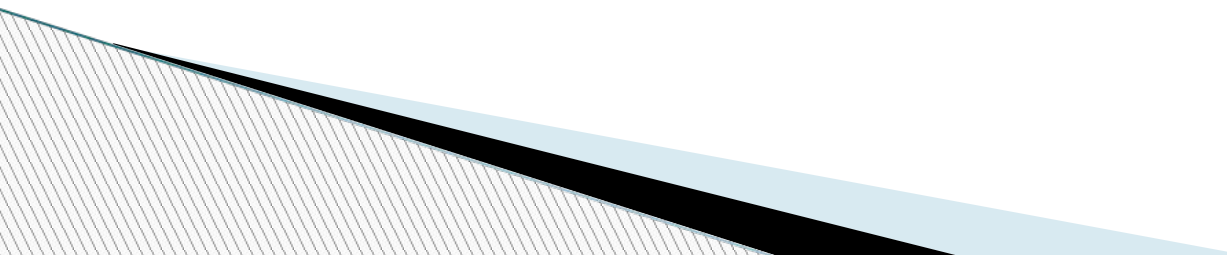
МЕТОДЫ ПЛАНИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ ОТ ПРОДАЖ:

- **аналитический метод:** прибыль рассчитывают не по отдельным видам продукции, а по всей сравнимой продукции в целом. По несравнимой, новой, продукции прибыль планируется отдельно.

2 этапа:

- расчет прибыли на основе базовой R продаж отч. года и планируемых объемов пр-ва и реализации;
 - расчет влияния на возможную прибыль различных факторов.
-
- ❖ Применяется наряду с методом прямого счета при широком ассортименте выпускаемой продукции.

Резервы увеличения прибыли от реализации продукции

- Повышение цен;
 - Увеличение объемов продаж (повышение качества продукции, появление новых рынков сбыта, изменение сроков реализации продукции, обновление ассортимента выпускаемой продукции);
 - Снижение себестоимости продукции.
- 

МЕТОДЫ ПЛАНИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ ОТ ПРОДАЖ:

- **экономико-статистический метод (метод экстраполяции):** предполагает перенесение на плановый период темпов роста, пропорций, тенденций, сложившихся в предплановом периоде (в отчетном году или за несколько предшествующих плановому году лет).
 - ❖ **Используется в условиях экономической стабильности, устойчивых тенденций развития деятельности фирмы.**
- **целевой подход:** позволяет обеспечить увязку потребности предприятия в финансовых ресурсах для нормального социально-экономического развития в плановом периоде с суммой чистой прибыли.

СЕМИНАР

«ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ»

1. Цена: понятие, функции, виды, процесс формирования (этапы, их характеристика).
 2. Методы ценообразования (затратные, параметрические, рыночные).
 3. Ценовая стратегия фирмы: понятие, виды.
 4. Основные принципы и особенности коммерческого ценообразования.
 5. Ценовая стратегия фирмы в различных условиях конкурентных рынков (совершенной конкуренции, монополии, монополистической конкуренции, олигополии).
- 