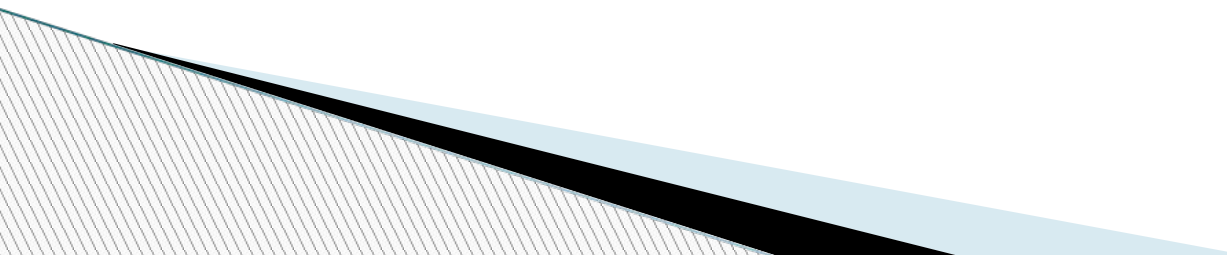
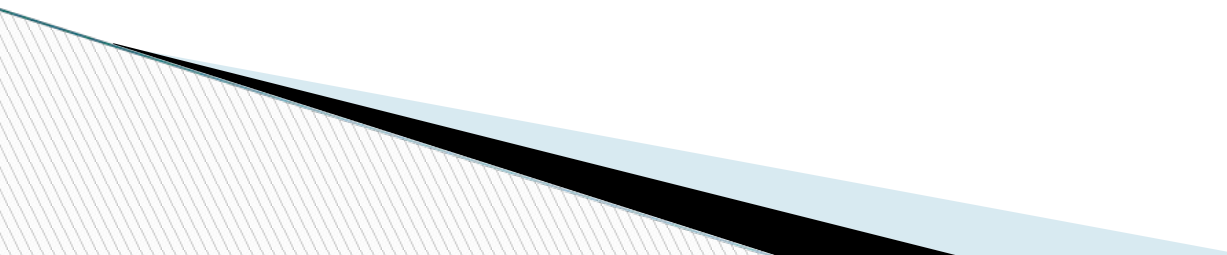


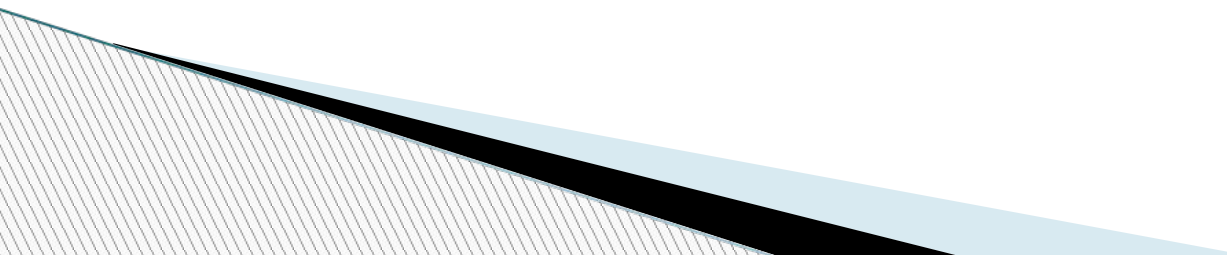
# Доходы и прибыль предприятия



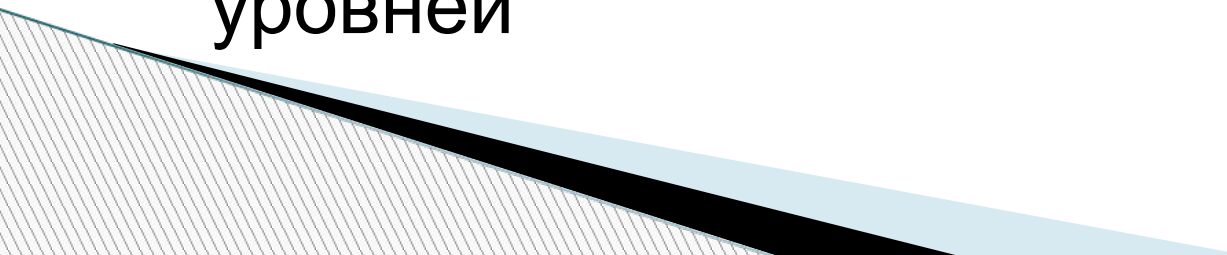
# ВОПРОСЫ

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.

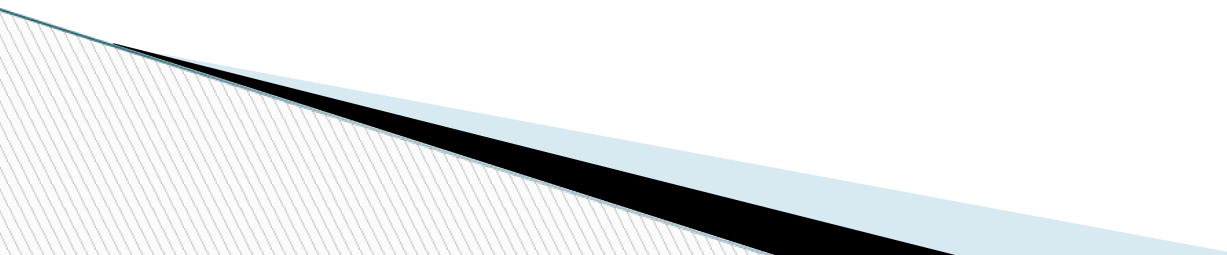
# ДОХОДЫ ОТ ОБЫЧНЫХ ВИДОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

— 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

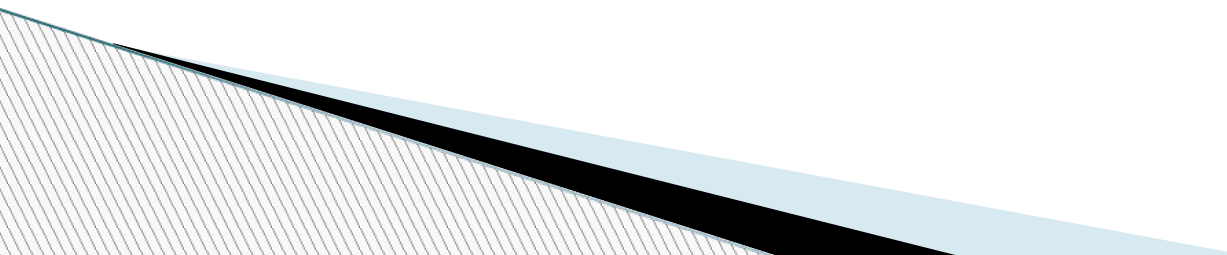
и пр.



# 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

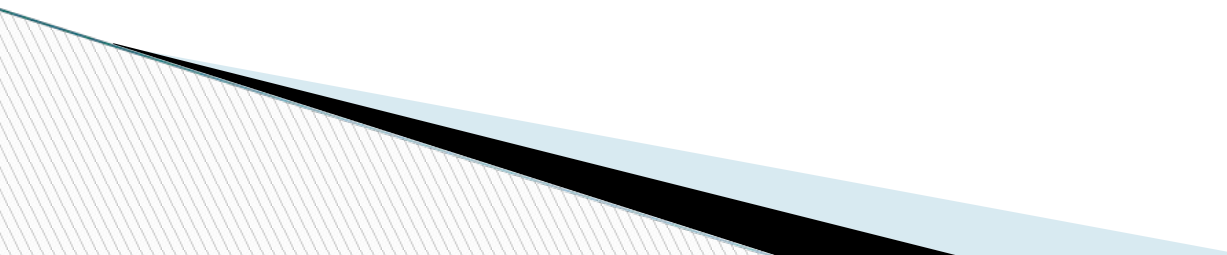
# МЕТОДЫ ПЛАНИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ ОТ ПРОДАЖ:

- **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).
- 