

Тема 2: Доходы и расходы организации, формирование финансового результата и его планирование.

Доходы организации как главный источник собственных финансовых ресурсов.

Доходами организации признаётся увеличение экономических выгод в результате поступления активов (денежных средств и иного имущества) и/или погашения обязательств, приводящее к увеличению капитала этой организации, за исключением вкладов участников (собственников имущества).

При определении доходов из них исключаются суммы налогов, предъявленные покупателю товаров (работ, услуг, имущественных прав).

Доходы определяются на основании первичных документов и документов налогового учета.

В соответствии с [ПБУ 9/99](#) доходы организации в зависимости от их характера, условий получения и предмета деятельности организации подразделяются на:

- ✓ Доходы от обычных видов деятельности (выручка),
- ✓ Прочие доходы.

Доходы

От обычных видов деятельности

Выручка от продаж продукции, товаров, работ, услуг

Арендная плата *

Лицензионные платежи, включая роялти *

Доходы от участия в уставных капиталах других организаций *

Прочие доходы

Арендная плата **

Лицензионные платежи, включая роялти **

Доходы от участия в уставных капиталах других организаций **

Доходы от совместной деятельности

Доходы от продажи имущества

Проценты по заёмным средствам и средствам на расчётном счёте

Штрафы, пени, неустойки

Безвозмездное получение активов

Прибыли прошлых лет

Кредиторская задолженность с истёкшим сроком исковой давности

Курсовые разницы

Дооценка активов

Страховое возмещение

Стоимость МЦ, остающихся после списания активов

В целях налогообложения (ст. 248-250 НК РФ)

- 1) доходы от реализации товаров (работ, услуг) и имущественных прав (далее - доходы от реализации).
- 2) внереализационные доходы.

Величина дохода организации зависит от количества продаваемых результатов производства (продукции, товаров, работ, услуг) и от цены единицы каждого вида продаваемой продукции. Таким образом, процесс формирования дохода может быть представлен по одному виду продукции формулой:

$$D = C \times Q$$

По нескольким видам продаваемых результатов хозяйственной деятельности доход можно выразить формулой:

$$ВД = \sum Д = \sum Ц \times Q$$

В качестве основного дохода от деятельности организации выступает **выручка от продажи**. Поэтому формирование выручки – важнейший момент в планировании финансовой деятельности организации.

Выручка является показателем условным, зависящим от принимаемого метода расчёта на конкретном предприятии. Момент продажи продукции подтверждается правом перехода собственности от одних владельцев другим. Передача этого права осуществляется в соответствии с условиями договора купли-продажи, обмена, передачи и т.д.

Выручка, поступившая на счета предприятия и в кассу, как правило, используется на оплату счетов поставщиков.

Из неё производятся отчисления:

- налогов в бюджеты и внебюджетные фонды,
- выплата заработной платы,
- возмещается амортизация,
- производятся другие расходы.

Очевидно, что объём реализации и величина выручки зависит от ряда факторов. На состояние реализации в условиях рынка активное влияние оказывает **маркетинговая политика предприятия.**

Прежде всего, на величину выручки влияет принятый **способ ценообразования**, который в свою очередь является количественным обоснованием способности предприятия выпускать определённую продукцию.

Установленная цена, **с одной стороны**, должна быть конкурентоспособной в условиях рынка, а **с другой стороны**, обеспечивать возмещение **трёх направлений** финансовых потоков, которые представляют собой распределение выручки:

- ✓ Возмещение затрат по проданным товарам,
- ✓ Уплата налогов,
- ✓ Прибыль организации, находящаяся в распоряжении её собственников и направляемая на цели, определённые исходя из стратегии развития.

Планирование дохода организации

В зависимости от целей планирования доход от продажи продукции (работ, услуг) можно планировать:

- на предстоящий год,
- на квартал,
- месяц,
- оперативно.

Квартальное (месячное) планирование дохода возможно и необходимо для определения прибыли, оперативное – в целях контроля за поступлением фактического дохода как источника финансирования.

Доход **от продажи продукции** рассчитывается на основе объема проданной продукции, исходя из действующих цен без налога на добавленную стоимость, акцизов, торговых и сбытовых скидок.

Величина дохода от выполненных работ и оказанных услуг зависит от объема работ и услуг и соответствующих расценок и тарифов по каждому направлению предоставляемых работ, услуг.

Денежные поступления, **связанные с другими хозяйственными и финансовыми операциями** (выбытие основных средств, материальных оборотных и нематериальных активов, продажа валютных ценностей, ценных бумаг и прочие) также включаются в состав валового дохода организации, но, **как правило, не планируются**, так как носят нерегулярный характер.

Величину **дохода от продажи** (выручки) в плановых финансовых расчётах можно определить по формуле:

$$\text{ДПР}_{\text{пл}} = Q_{\text{пл}} + \Delta O_{\text{склад}}$$

Где: $Q_{\text{пл}}$ – товарная продукция в планируемом периоде в продажных ценах,

$\Delta O_{\text{склад}}$ – изменение остатков готовой продукции на конец по сравнению с началом в продажных ценах ($O_{\text{н}} - O_{\text{к}}$).

В некоторых случаях (например при экспорте) факт отгрузки не совпадает с фактом продажи. Тогда величина дохода от реализации продукции может быть определена по формуле:

$$\text{ДПР}_{\text{пл}} = Q_{\text{пл}} + \Delta O_{\text{склад}} + \Delta O_{\text{отгр}}$$

Где: $\Delta O_{\text{отгр}}$ – изменение остатков товаров отгруженных на конец планируемого периода по сравнению с его началом.

На практике используют два метода расчета планового размера дохода от продажи продукции:

- ✓ **поассортиментный (или прямого счета),**
- ✓ **метод укрупненного счета (в целом по организации).**

Первый метод отличается простотой и точностью расчета, но является достаточно трудоемким для тех организаций, которые выпускают широкий ассортимент продукции.

Суть этого метода состоит в том, что для каждой ассортиментной позиции определяются:

- ожидаемые исходные остатки непроданной продукции на начало планируемого периода;
- плановые остатки такой продукции на конец планируемого периода;
- план выпуска продукции (без учета налога на добавленную стоимость и акцизного сбора).

План выпуска и продажи продукции планируется, исходя из производственной мощности и заключенных договоров на поставку продукции в плановом периоде.

Планирование остатков непроданной продукции на конец планового периода осуществляется на основе размера норматива плановых запасов готовой продукции на складе организации.

Во многих хозяйствующих субъектах размер дохода от продажи продукции планируется **укрупненным методом**, в целом по всей продукции, которая производится данной организацией.

Плановые остатки непроданной продукции на конец планового периода определяются как совокупный норматив оборотных средств по готовой продукции на складе организации.

Экономическое содержание и классификация затрат и расходов предприятия.

Организации в процессе своей деятельности, осуществляемой на основе коммерческого расчета и самофинансирования, совершают:

- ✓ материальные и денежные затраты на производство и продажу продукции,
- ✓ затраты на расширенное воспроизводство основных фондов и оборотных средств,
- ✓ затраты на социальное развитие своих коллективов
- ✓ прочие затраты.

Затраты и расходы

Затраты – уменьшение одних активов с условием равновеликого прироста других активов или прирост активов и обязательств на одну и ту же величину.

- принятая к учёту стоимостная оценка использованных ресурсов различного вида.

Расходами организации признается уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов (денежных средств, иного имущества) и (или) возникновения обязательств, приводящее к уменьшению капитала этой организации, за исключением уменьшения вкладов по решению участников (собственников имущества).

По окончании периода накопления затраты приводят к образованию **активов** или **расходам**.

Затраты

Расходы



Расходы предприятия согласно [ПБУ 10/99](#) классифицируются следующим образом:

- ❖ Расходы по обычным видам деятельности, связанные с производством и реализацией продукции (себестоимость),
- ❖ Прочие расходы.

Расходы – затраты, не приведшие к образованию активов

Совокупность расходов по обычным видам деятельности оказывает **решающее влияние** на формирование всех финансовых показателей.

Они являются объектом финансового планирования и контроля со стороны финансовых служб предприятия.

Расходы

От обычных видов деятельности

Расходы по изготовлению и продаже продукции

По сдаче активов в аренду*

По предоставлению нематериальных активов*

Расходы по участию в уставных капиталах других организаций*

Прочие расходы

По сдаче активов в аренду**

По предоставлению нематериальных активов**

Расходы по участию в уставных капиталах других организаций**

Расходы по выбытию активов

Проценты за кредиты и займы

Оплата услуг кредитных организаций

Штрафы, пени, неустойки

Возмещение причиненных организацией убытков

Убытки прошлых лет

Безнадёжная дебиторская задолженность

Курсовые разницы

Уценка активов

Расходы, возникшие как последствия чрезвычайных обстоятельств

В целях налогообложения прибыли

расходы в зависимости от их характера, а также условий осуществления и направлений деятельности подразделяются на:

- Расходы, связанные с производством и реализацией,
- Внереализационные расходы.

Расходами признаются только те затраты, которые участвуют в формировании прибыли определённого периода.

При формировании расходов по **обычным видам деятельности** должна быть **обеспечена их группировка** по следующим элементам затрат:

материальные затраты;

затраты на оплату труда;

отчисления на социальные нужды;

Для целей управления в бухгалтерском учете организуется **амортизация** учет расходов по статьям затрат. Перечень статей затрат устанавливается организацией самостоятельно.

прочие затраты.

Текущие затраты организации характеризуются следующими основными показателями:

а) **абсолютной суммой затрат**. Этот показатель дает представление об объеме текущих затрат организации, но не позволяет судить об эффективности этих затрат;

б) уровнем **затратоемкости** производственной, хозяйственной деятельности, который определяется как отношение суммы затрат к сумме валового дохода, выраженное в процентах.

в) уровнем **затратоотдачи**. Этот показатель является обратным по отношению к уровню затратоемкости.

г) уровнем **рентабельности затрат** организации. Данный показатель определяется как отношение суммы прибыли к сумме текущих затрат, выраженное в процентах.

Уровень рентабельности затрат является одним из важных показателей **эффективности** текущих затрат организаций.

Себестоимость

-совокупность затрат на производство и продажу продукции.



Смета затрат на производство и продажу продукции

- плановый документ, определяющий все затраты предприятия, обусловленные изготовлением установленного объёма продукции и выполнением работ (услуг) непромышленного характера как для собственных подразделений, так и для сторонних организаций.

Задачи составления сметы:

- калькулирование себестоимости,
- создание базы для ценообразования,
- выявление возможностей сокращения затрат,
- определение снижения себестоимости за счёт внедрения прогрессивных норм и нормативов.

Методы калькулирования себестоимости

- Метод прямого счёта – для предприятий, производящих однородную продукцию,
- Расчётно-аналитический метод,
- Нормативный метод для контроля за выполнением заданий по снижению себестоимости продукции
- Метод частичного распределения затрат

Источники финансирования затрат организации

Все затраты, связанные с производством и продажей продукции, организации производят, как правило, **значительно раньше их возмещения** из дохода за проданную продукцию.

Основными **источниками** финансирования затрат хозяйствующего субъекта являются:

Псобственные средства организации (уставный фонд, прибыль),

Пзаемные и привлеченные средства (кредиты банка, бюджетные ассигнования).

Основой для определения нужной суммы таких средств являются объем производства, сметы затрат на производство, длительность производственного цикла, условия заготовки и приобретения сырья, топлива и других необходимых материалов.

Организации осуществляют также затраты на **социально-культурные** мероприятия, направленные на:

- повышение квалификации работников,
- подготовку кадров,
- улучшение социально-культурных и жилищно-бытовых условий работников организации.

Эти затраты, имеющие значение для социального развития коллектива включаются в состав текущих расходов, частично осуществляются за счет бюджетных и целевых поступлений, средств профсоюзных организаций, доходов от клубов, поступлений от родителей в виде платы за содержание детей в дошкольных учреждениях и др.

Планирование затрат организации на производство и продажу продукции

Как правило, величина затрат на проданную продукцию не совпадает с объемом затрат на производство продукции за счет остатков непроданной продукции на начало и конец периода и непроизводственных расходов, которые полностью относятся на проданную продукцию.

Затраты по продаваемой продукции планируются методом начислений, т.е. в зависимости от процесса учёта продажи продукции.

Плановый размер затрат на проданную продукцию ($Z_{пп}$) можно определить по следующей формуле:

$$Z_{пп} = Z_{н} + ВП - Z_{к} + Z_{внп}$$

где

З_н - остатки непроданной продукции на начало планируемого периода по производственной себестоимости;

ВП - объем продукции, планируемый к выпуску в предстоящем периоде по производственной себестоимости;

З_к - предполагаемые остатки непроданной продукции на конец планируемого периода по производственной себестоимости;

З_{внп} - внепроизводственные расходы на планируемый период.

Внепроизводственные расходы на планируемый период рассчитывают на основе фактических данных за прошедший период с учетом мероприятий, направленных на сокращение их размера.

Планирование себестоимости осуществляется в хозяйствующих субъектах при разработке перспективных и текущих (годовых) планов и зависит от характера выпускаемой продукции:

- В организациях, у которых преобладает несравнимая продукция, себестоимость планируется в виде определенного размера затрат в копейках на 1 руб. выпускаемой продукции в оптовых ценах.
- Организации, вырабатывающие один вид продукции, плановую себестоимость устанавливают в абсолютной сумме (в рублях и копейках) на единицу изделия.
- Организации, выпускающие в основном сравнимую продукцию, планируют процент снижения полной себестоимости против фактического уровня за прошедший период.

Прибыль организации. Её содержание, формирование и планирование.

Прежде всего, прибыль необходимо рассматривать как экономическую категорию, представляющую собой разницу между полученными доходами и расходами организации.

Поскольку доходы и расходы классифицируются в зависимости от характера и предмета деятельности, то и конечная прибыль определяется в несколько этапов (ступеней):

- Валовая прибыль,
- Прибыль от продажи,
- Прибыль до налогообложения
- Чистая прибыль

Схематично это можно представить так:

Выручка от продажи НЕТТО

- Себестоимость проданных товаров, продукции

= Валовая прибыль

- Коммерческие и управленческие расходы

= Прибыль от продаж

+/- Сальдо прочих доходов/расходов

= Прибыль до налогообложения

+/- Сальдо отложенных налоговых активов и обязательств

- Налог на прибыль

= Чистая прибыль

Рассматривая прибыль как экономическую категорию, необходимо выделить выполняемые ею функции:

Мера эффективности – прибыль и рентабельность являются основными показателями успешной деятельности организации и определяют принятие таких решений, как выход фирмы на новые рынки сбыта, переток капитала из одних отраслей в другие и т.п.

Стимулирующая функция – прибыль позволяет получать не только личный доход акционерам компании, связанный с выплатой дивидендов, но и создаёт возможности для наращивания капитала, а соответственно и увеличения объёма производства.

Экономически обоснованное определение размера прибыли имеет большое значение для предприятия.

От того, насколько достоверно определена плановая прибыль, зависит успешная финансово-хозяйственная деятельность предприятия, которая заключается:

- ❖ в своевременном и полном финансировании инвестиций,
- ❖ в приросте собственного капитала.

Планирование прибыли

Являясь главной движущей силой рыночной экономики, прибыль обеспечивает интересы государства, собственников и персонала организации.

Поэтому одной из актуальных задач современного этапа является овладение руководителями и финансовыми менеджерами современными **методами эффективного управления формированием прибыли** в процессе производственной, инвестиционной и финансовой деятельности организации.

Грамотное, эффективное управление планированием и формированием прибыли предусматривает:

- построение в организации соответствующих организационно-методических систем обеспечения этого управления,
- знание основных механизмов формирования прибыли,
- использование современных методов ее анализа и планирования.

Таким образом, планирование прибыли должно быть нацелено на ***выявление внутрихозяйственных резервов производства на основе более рационального использования производственных фондов, мощностей, материальных, трудовых, финансовых ресурсов и природных богатств.***

Эту работу необходимо строить на глубоком экономическом анализе хозяйственных и финансовых показателей за период, предшествующий планируемому, в целях выявления имеющихся резервов.

План прибыли разрабатывается на основе плана производства и продажи продукции, производительности труда, снижения себестоимости продукции и повышения ее качества.

Прибыль планируется отдельно **по видам деятельности:**

□ от продажи товарной продукции,

□ от прочих операций.

От правильности определения величины прибыли в организации зависит ее обеспеченность денежными ресурсами.

Формирование прибыли включает различные виды деятельности:

- учет изменений объема производства,
- учет изменений ассортимента,
- учет издержек,
- учет цен на материалы, сырье, топливо, готовую продукцию.

Существует **пять методов** планирования прибыли, которые можно использовать только с учетом специфики деятельности организации.

1. Метод прямого счета.
2. Аналитический метод, который делится на два подметода:
 посредством издержек на рубль произведенной (или реализованной) продукции;
 по уровню базовой рентабельности.
3. Совмещенный метод - 1) + 2);
4. Нормативный метод - когда организация выпускает 1-2 вида продукции;
5. Экономико-математический метод - на уровне крупных и крупнейших организаций.

Метод прямого счета является наиболее распространенным. Он применяется, как правило, при небольшом ассортименте выпускаемой продукции.

$$П=(ВхЦ)-(ВхС)$$

Где $П$ – плановая прибыль

$В$ – выпуск товарной продукции в плановом периоде в натуральном выражении,

$Ц$ – цена за единицу без НДС и акцизов,

$С$ – полная плановая себестоимость единицы продукции.

Расчёту прибыли предшествует определение выпуска сравнимой и несравнимой товарной продукции в плановом году по полной себестоимости и в ценах, а также остатков непроданной продукции.

Другая разновидность метода прямого счета – метод **поассортиментного** планирования прибыли.

Прибыль определяется по каждой ассортиментной позиции, для чего необходимо располагать соответствующими данными.

Прибыль суммируется по всем ассортиментным позициям.

К полученному результату прибавляется прибыль в остатках готовой продукции, не проданных на начало планируемого периода (ΔОГП).

После расчета прибыли от продажи продукции она увеличивается на прибыль от прочих операций (ППО).

$$П = \sum ((ВхЦ) - (ВхС)) + \Delta ОГП + ППО$$

Прямой счёт методически
чрезвычайно прост, но **при большом
количестве наименований
продукции трудоёмкость его
значительно возрастает.**

**Большим недостатком метода
является то, что он не позволяет
выявить факторы, влияющие на
размер прибыли в плановом периоде.**

Аналитический метод находит применение при планировании прибыли в отраслях с широким ассортиментом продукции, а также как дополнение к прямому методу, для проверки.

При разных вариантах планирования базой расчёта являются:

- затраты на 1 руб. товарной продукции,
- базовая рентабельность,
- сила воздействия производственного рычага,
- совокупность отчётных показателей деятельности предприятия.

С учётом затрат на 1 руб. товарной продукции прибыль планируют по всему выпуску товарной продукции (сравнимой и несравнимой).

$$П = Т * (1 - З)$$

Где: П – валовая прибыль от выпуска ТП,
Т – товарная продукция в ценах реализации предприятия,
З – затраты на 1 руб. товарной продукции, исчисленной в ценах реализации.

Для определения общей валовой прибыли от продаж полученный результат корректируют на изменение прибыли в переходящих остатках готовой продукции.

Такой метод **применяют** при укрупнённом (перспективном) планировании, а также на стадии составления предварительных расчётов для бизнес-плана.

Планирование прибыли на основе базовой рентабельности – расчет ведется отдельно по сравнимой и не сравнимой товарной продукции. По сравнимой продукции можно определить базовую рентабельность **Рб**:

$$Рб = (П_0 : С_{тп}) * 100\%$$

где $П_0$ - ожидаемая прибыль базисного года (расчет прибыли ведется в конце базисного года, когда точный размер прибыли еще не известен);

$С_{тп}$ - полная себестоимость товарной продукции базисного года.

В процессе планирования прибыли учитываются все факторы, которые могут оказывать влияние на финансовые результаты, а именно в целях сопоставления с плановым годом всю ожидаемую валовую прибыль за отчетный год корректируют на изменение цен, изменение себестоимости, изменение структуры продукции.

Операционный рычаг как инструмент планирования прибыли от продаж.

Прибыль находится в тесной взаимосвязи с показателями объема реализации, доходов и издержек. Система этой взаимосвязи позволяет выявить роль отдельных факторов в формировании прибыли.

На все вопросы зависимости показателей ВЫРУЧКА-ЗАТРАТЫ-ПРИБЫЛЬ даёт операционный анализ.

Ключевыми элементами операционного анализа являются:

□ Операционный рычаг (ОР);

□ Порог рентабельности (ПР);

□ ... (С + Б)

Операционный анализ – неотъемлемая часть управленческого учёта. С точки зрения финансового менеджмента результаты операционного анализа являются незаменимыми при планировании главного источника самофинансирования – прибыли и оценке предпринимательского риска.

Выручку с точки зрения операционного анализа рассматривают следующим образом:

Выручка НЕТТО (без НДС)	Переменные затраты	Валовая маржа (ВМ)
	Постоянные затраты	
	Прибыль	

Действие **операционного рычага** проявляется в том, что любое изменение выручки от реализации всегда порождает более сильное изменение прибыли.

Сила воздействия **операционного рычага** показывает, насколько процентов изменяется прибыль (в сторону увеличения или уменьшения) при изменении выручки на 1%.

$$OP = \frac{T_{\Pi} \text{ прибыли}}{T_{\Pi} \text{ выручки}}$$

Где

T_{Π} *прибыли* – темп прироста прибыли;

T_{Π} *выручки* – темп прироста выручки.

Показатели операционного рычага

OP_c

Меняются
только цены
на
реализуемую
продукцию

OP_Q

Меняются
только
объёмы
продаж
продукции

$OP_{перз}$

Меняются
только
переменные
затраты

$OP_{постз}$

Меняются
только
постоянные
затраты

При неизменной выручке

Формализация расчёта каждого вида OP базируется на методе прямого счёта прироста выручки от продаж и прибыли в плановом периоде.

OP_ц

$$T_{\Pi B} = \frac{\Delta B}{B_0} = \frac{B_0 \times T_{ц}}{B_0}$$

$$T_{\Pi \Pi} = \frac{\Delta \Pi}{\Pi_0} = \frac{B_0 \times T_{ц}}{\Pi_0}$$

$$OP_{ц} = \frac{B_0}{\Pi_0}$$

OP_Q

$$T_{\Pi B} = \frac{\Delta B}{B_0} = \frac{B_0 \times T_Q}{B_0}$$

$$T_{\Pi \Pi} = \frac{\Delta \Pi}{\Pi_0} = \frac{B_0 \times T_Q - \text{СПерЗ} \times T_Q}{\Pi_0} = \frac{T_Q \times (B_0 - \text{СПерЗ})}{\Pi_0}$$

$$OP_Q = \frac{B_0 - \text{СПерЗ}}{\Pi_0} = \frac{BM}{\Pi_0} = 1 + \frac{\text{СПостЗ}}{\Pi_0}$$

ОР_{перЗ}

$$ОР_{перЗ} = \frac{СПерЗ_0}{\Pi_0}$$

ОР_{постЗ}

$$ОР_{постЗ} = \frac{СПостЗ_0}{\Pi_0}$$

Общее изменение прибыли в плановом периоде

$$T_{\text{пп}} = OP_{\text{ц}} \times T_{\text{ц}} + OP_{\text{о}} \times T_{\text{о}} - \\ - OP_{\text{перз}} \times T_{\text{Перз}} - OP_{\text{постз}} \times T_{\text{Постз}}$$

Часто описанные выше методы **комбинируют** по различным видам продукции. В частности, рассчитывая прибыль по сравнимой продукции аналитическим методом, можно использовать для несравнимой прямой счёт. В этом случае расчёт плановой прибыли включает следующие стадии:

1. Расчёт **прибыли по сравнимой товарной продукции** на основании базовой рентабельности. При этом в целях сопоставимости производится пересчёт всей сравнимой товарной продукции планового года на себестоимость отчётного года, исходя из ее изменения в %.
2. Расчёт влияния на прибыль по сравнимой продукции **факторов** изменения себестоимости, изменений в ассортименте, качества, изменений цен и пр.
3. Исчисление прибыли в **переходящих остатках** сравнимой товарной продукции.
4. Расчёт **прибыли от продаж** с учётом коммерческих и управленческих расходов, планируемых на основе смет.
5. Определение **прибыли по несравнимой продукции**. Эту прибыль чаще всего находят прямым методом.
6. Расчёт **общей прибыли от продаж** как суммы прибылей по сравнимой и несравнимой ТП.
7. Исчисление **конечного результата** с учётом операционных и внереализационных доходов/расходов, налога на прибыль, чрезвычайных доходов/расходов.

Нормативный метод. Используется, если в организации 1-2 вида продукции, или в случае, когда организация имеет возможность установить конкретные нормативы по расходованию средств (применяется система бюджетирования), т.е. когда метод прямого счета совмещается с нормами затрат.

Экономико-математический метод. Используется в крупных организациях, где существует большая нормативная и учетная база. На первом этапе используют стандартные программы анализа (факторный, корреляционный, индексный). Вводится 15-30 показателей, влияющих на прибыль. Определяется их влияние на величину прибыли (теснота связи между прибылью и показателями, между самими показателями), определяется основной фактор (как правило, прибыль от реализации) и влияние остальных факторов на этот показатель суммарно.

ВЫВОД:

Независимо от применяемого метода, расчет плановой прибыли должен, быть ***экономически обоснованным***, что позволит осуществлять своевременное и полное финансирование:

✓ инвестиций,

✓ выплат собственникам.