

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).

Доходы определяются на основании первичных документов и документов налогового учета.

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

Сущность, значение и функции прибыли

**Прибыль (убыток) от реализации
продукции (работ, услуг)**

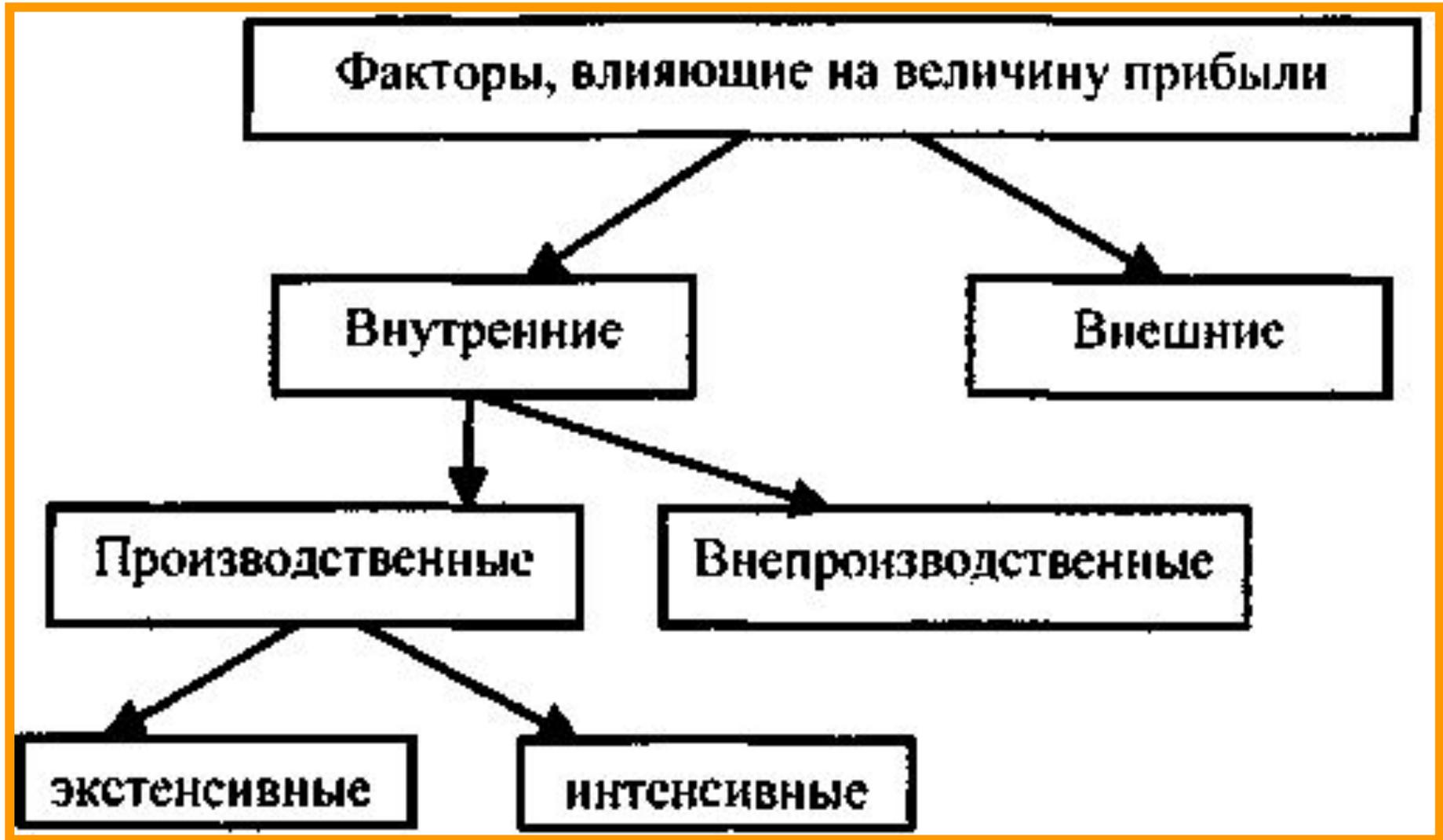
**определяется как разница между
выручкой от реализации
продукции (работ, услуг) без
налога на добавленную стоимость
и акцизами и затратами на
производство и реализацию,
включенными в себестоимость
продукции (работ, услуг)**

1 Сущность, значение и функции прибыли

- **Прибыль является критерием и показателем эффективности деятельности предприятия, выступая его конечным финансово-экономическим результатом.**
- **Прибыль обладает стимулирующей функцией. Прибыль – основной источник прироста собственного капитала. В условиях рыночных отношений, ориентируясь на размер прибыли, собственники и менеджеры предприятия принимают решение по поводу инвестиционной и дивидендной политики предприятия.**
- **Прибыль является источником формирования доходов бюджетов различных уровней. Она поступает в бюджеты в виде налогов, экономических санкций и используется на различные цели, определенные расходной частью бюджета и утвержденные в законодательном порядке**

Основные функции прибыли

1 Сущность, значение и функции прибыли



Факторы, влияющие на величину прибыли

1 Сущность, значение и функции прибыли

- **Изменение объема производства и реализации продукции**
- **Уровень себестоимости продукции**
- **Цены**
- **Изменения в структуре производимой и реализуемой продукции**

Важнейшие внутренние факторы, влияющие на величину прибыли

2 Формирование и распределение прибыли

- **Основное** (выручка от реализации продукции (работ, услуг))
- **Инвестиционное** (выражается в виде финансового результата от продажи внеоборотных активов и реализации ценных бумаг)
- **Финансовое** (включает в себя результат от размещения среди инвесторов облигаций и акций предприятий)

Направления формирования выручки

2 **Формирование и распределение прибыли**

- **Конечным финансовым результатом хозяйственной деятельности предприятия является балансовая (валовая) прибыль, которая включает в себя три составляющих:**
 - **прибыль (убыток) от реализации продукции (работ, услуг);**
 - **прибыль (убыток) от реализации основных средств и иного имущества предприятия;**
 - **финансовые результаты от внереализационных операций.**

$$P_{\text{вал}} = P_{\text{рп}} + P_{\text{рип}} + P_{\text{вро}}$$

Балансовая (валовая прибыль)

2 *Формирование и распределение прибыли*

- **создание:**
 - фонда накопления,
 - фонда потребления,
 - резервного фонда,
 - Фонд социального назначения;
- **прибыль к распределению между учредителями (акционерами);**
- **нераспределенная прибыль (резерв по прибыли)**

Направления распределения чистой прибыли

3 Налог на прибыль

$$\begin{array}{ccc} \text{Сумма} & & \text{Ставка} \\ \text{налога на} & = & \text{налога на} \\ \text{прибыль} & & \text{прибыль} \\ & & \times \\ & & \text{Налогооб} \\ & & \text{лагаемая} \\ & & \text{база} \end{array}$$

Налоговая ставка на прибыль устанавливается в размере 20% и распределяется между бюджетами различных уровней в процентном отношении в соответствии с законодательством (с 1.01.09 2% в федеральный бюджет, 18% в бюджеты субъектов РФ п.1 ст. 284 НК РФ)

Налог на прибыль

ОЦЕНКА ДОХОДНОСТИ

- **Прибыль (E) характеризует экономическую эффективность и конечную цель рыночного производства, объемы получаемой прибыли определяющих:**
- **На уровне макроэкономики :**
 - рост национального дохода;
 - рост экономической, оборонной, политической мощи и процветание государства;
- **На уровне микроэкономики:**
 1. **рост благосостояние владельцев и работников предприятия (направление части прибыли на выплату дивидендов и материальное поощрение персонала).**
 2. **возможность развития предприятия и бизнеса за счет капитализации (инвестирование части прибыли в развитие бизнеса) ;**

ОЦЕНКА ДОХОДНОСТИ

- Первый относительный показатель, характеризующий успешность деятельности предприятия это – КОЭФФИЦИЕНТ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ :

$$R_s = E / ВР ;$$

- Финансовый смысл R_s – сколько прибыли мы получаем на 1руб. показателя

Рентабельность

- **Означает доходность, прибыльность предприятия.**
- **В рентабельности отражаются результаты затрат не только живого, но и прошлого труда, качество реализуемой продукции, уровень организации производства и его управления.**

- **Прибыль и рентабельность являются показателями экономической эффективности производства**

- ***Экономическая эффективность*** показывает конечный полезный эффект от применения средств производства и живого труда, другими словами, **отдачу совокупных вложений.**

- **рентабельность активов предприятия;**
- **рентабельность собственного капитала;**
- **рентабельность продаж (реализации);**
- **рентабельность производства;**
- **рентабельность продукции.**

Система показателей рентабельности

**Рентабельность активов
определяется по чистой
прибыли:**

$$R_A = (P_{\text{ч}} / A) \times 100,$$

где $P_{\text{ч}}$ – прибыль чистая, руб.,

**A – величина активов
предприятия (на начало или
конец года, или среднегодовая),
руб.**

Рентабельность активов

Рентабельность собственного капитала показывает, какую прибыль имеет предприятие с каждого рубля, вложенного в предприятие собственниками:

$$R_{СК} = (П_{чп} / K_c) \times 100,$$

где $П_{чп}$ – прибыль предприятия нераспределенная;

K_c – собственный капитал предприятия.

Рентабельность собственного капитала

***Рентабельность продаж
(реализации) характеризует
процент прибыли,
получаемый предприятием с
каждого рубля выручки от
реализации продукции***

Рентабельность продаж (реализации)

***Рентабельность производства
– это отношение прибыли к
сумме среднегодовой
стоимости основных
производственных фондов (ОФ)
и оборотных (ОС) средств***

Рентабельность производства

Рентабельность продукции определяется как отношение прибыли к затратам на производство продукции:

$$R_c = \frac{\sum_{i=1}^n (Ц - С) \cdot Q_i}{C_{пр}} \cdot 100\%$$

Рентабельность продукции

Формула Дюпона

Формула Дюпона включает три фактора, влияющих на рентабельность собственного капитала:

- $(\text{Чистая прибыль} / \text{Выручка})$ операционную эффективность (рентабельность продаж по чистой прибыли);
- $(\text{Выручка} / \text{Активы})$ эффективность использования всех активов (оборачиваемость активов);
- $(\text{Активы} / \text{Собственный капитал})$ кредитное плечо, соотношение собственного и заемного капитала (финансовый леверидж);

Вывод формулы Дюпона

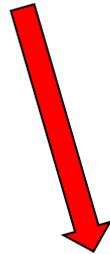
$$R_A = \frac{\Pi}{A}$$



$$R_{A\%} = \frac{\Pi}{A} \cdot 100$$



$$R_A = \frac{\Pi}{A} \cdot 100 = \frac{\Pi}{A} \cdot \frac{TR}{TR} \cdot 100 = \frac{TR}{A} \cdot \frac{\Pi}{TR} \cdot 100 = KM \cdot KT \cdot 100$$



$$KM_{\%} = \frac{\Pi}{TR} \cdot 100$$

$$KM = \frac{\Pi}{TR}$$

$$KT = \frac{TR}{A}$$



$$R_A = KM_{\%} \cdot KT$$

Основные показатели методики Дюпона

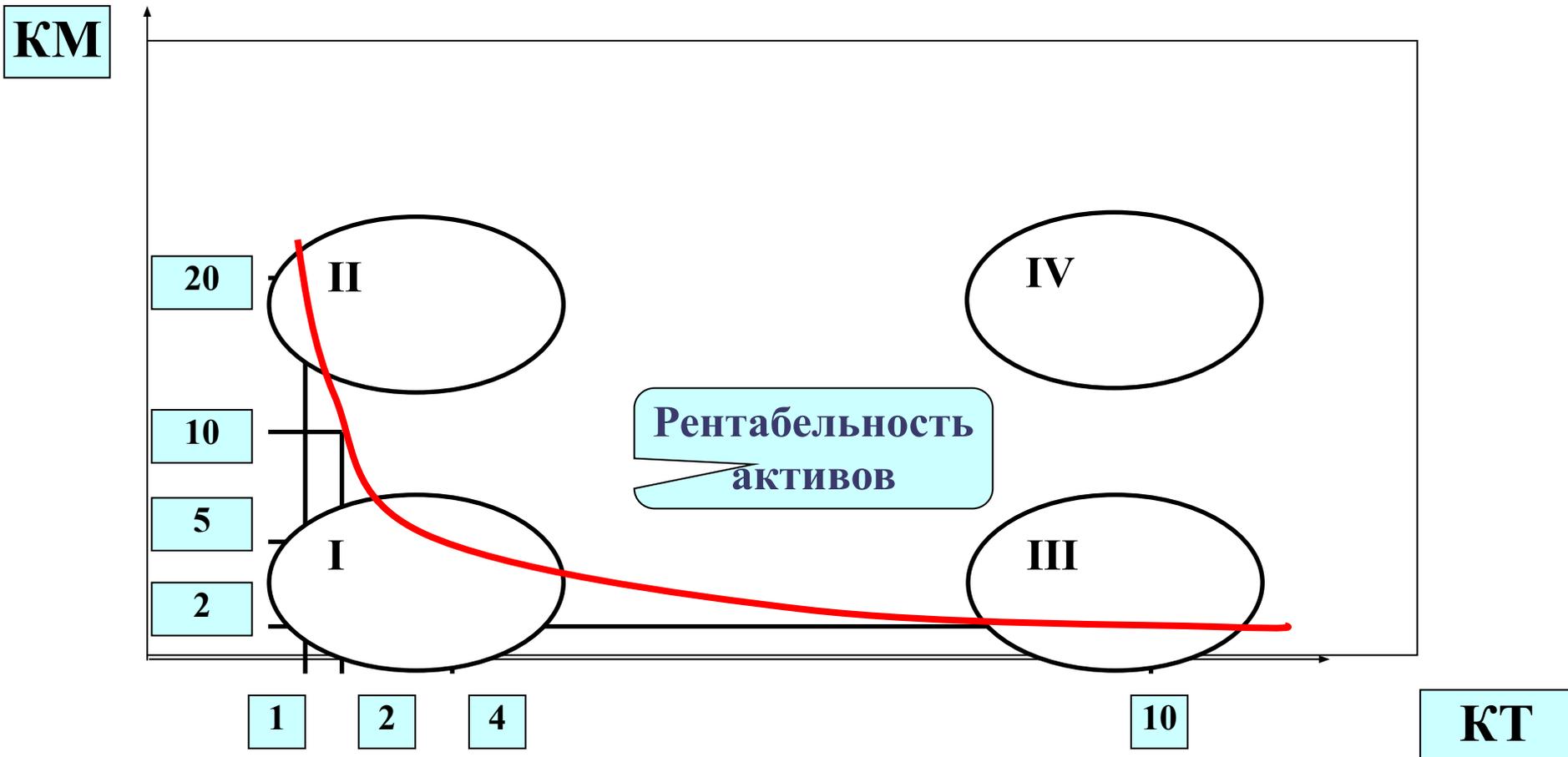
Рентабельность активов показывает, сколько \$ чистой прибыли в год приносит фирме 1\$
активов

КМ – коммерческая маржа, коэффициент прибыльности (сколько \$ чистой прибыли приносит 1\$ реализации (выручки))

КТ – коэффициент трансформации, коэффициент оборачиваемости активов (сколько раз в течение года 1\$ активов "делает" выручку, сколько \$ выручки за год приносит 1\$ активов)

Возможные комбинации для формирования одинаковой рентабельности активов

I – КМ низкая, КТ низкий
II – КМ высокая, КТ низкий
III – КМ низкая, КТ высокий
IV – КМ высокая, КТ высокий



Сам методологический подход к их определению показывает, что речь идет об обратной зависимости между КМ и КТ.

- Для достижения более высокого значения рентабельности мы не можем (без негативных последствий для предприятия) увеличивать коммерческую маржу (любой ценой увеличивать нетто-результат эксплуатации инвестиций на единицу выручки, что достигается за счет повышения интенсивности труда и интенсивности (сверх меры!) использования средств труда).
- Столь же небезопасно любой ценой увеличивать коэффициент трансформации (за счет сокращения актива, освобождения от всего, что непосредственно сейчас не работает на увеличение выручки).

два правила:

1. При значительной величине актива на единицу оборота предприятию намного труднее перемещаться в другую сферу бизнеса и наоборот
2. 2. Нельзя максимизировать КМ любой ценой. КТ сразу же напомнит Вам об этом. Последствия невнимания в коэффициенту трансформации могут быть катастрофическими для Вас.

Оценка доходности предприятия на основе методов анализа безубыточности

- **Точка безубыточности** - это такой объем производства и реализации товаров в натуральном или стоимостном измерении, при которой предприятие полностью возмещает все расходы связанные с его деятельностью.

Оценка доходности продукции предприятия на основе методов анализа безубыточности

- **Группа 1** . $Tб/у < ВР$ товары реализуются легко, являются рентабельными и перспективными для предприятия.
- *Задача маркетинга:*
- проверка емкости рынка: увеличение объемов реализации;
- анализ эластичности рынка с целью выбора рациональной ценовой политики

- **Группа 2. $Tб/у < ВР$ - имеются трудности реализации:**
- $Tб/у < ВР$ незначительные
- *Задача маркетинга:*
- анализ емкости рынка - нахождение **НОВЫХ рыночных ниш;**
- выработка с учетом спроса и уровня конкуренции **гибкой ценовой политики**

- **Группа 3.** $Tб/у > ВР$ - имеются трудности реализации:

- $Tб/у > ВР$ незначительные

Задача маркетинга:

- анализ жизненного цикла товара, выявление устаревших товаров, реализация которых бесперспективно для предприятия;
- определение возможностей модернизации ассортимента;
- выработка с учетом спроса и уровня конкуренции гибкой ценовой политики.

- **Группа 4** . Тб/у = ВР - ситуация характерная, как правило, при освоении новой линии товара
- *Основные задачи маркетинга для данной группы:*
- ускорение сроков выхода на рентабельные объемы;
- проведение активной рекламной и маркетинговой работы по подготовке рынков сбыта.

- **Группа 5. $Tб/у < 0$ –**
МАРЖИНАЛЬНАЯ ПРИБЫЛЬ
ОТРИЦАТЕЛЬНА, это
безусловно убыточная ситуация
для предприятия, прекращение
реализации которой должно
стать первым шагом
антикризисного управления

Порог рентабельности – это такой объем производства продукции и выручка от ее реализации, при которых предприятие не имеет ни прибыли, ни убытков, т.е. выручка от реализации продукции только покрывает затраты

Порог рентабельности

- **Порог рентабельности – это такая выручка от реализации, которая = $\frac{\text{Постоянные затраты}}{\text{Результат от реализации} - \text{Переменные затраты}}$.**

Существуют две формулы порогового количества товаров:

- - порог рентабельности данного товара / цена реализации;
- постоянные затраты / цена за единицу товара - переменные затраты на единицу товара.

- **Операционный рычаг (операционный леве́ридж)** показывает во сколько раз темпы изменения прибыли от продаж превышают темпы изменения выручки от продаж.
- Операционный леве́ридж дает возможность увеличить прибыль при изменении соотношения переменных и постоянных затрат.

- Производственный рычаг связан с объёмом реализации и непосредственно с прибылью.
- Каждое изменение выручки от реализации порождает ещё более сильное изменение прибыли (это сила рычага).

Сила воздействия производственного рычага = (Результат от реализации – Переменные затраты) / Прибыль.

Эта формула используется в западной практике, как формула бюджетирования затрат, т.е. на каждое производство составляют смету затрат, для определения минимальных постоянных и минимальных переменных затрат.