

Доходы и прибыль предприятия



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



ФУНКЦИИ ПРИБЫЛИ

- ▣ **Характеризует экономический эффект, полученный в результате деятельности предприятия. Наличие прибыли на предприятии означает, что его доходы превышают все расходы, связанные с его деятельностью.**
- ▣ **Обладает стимулирующей функцией, одновременно являясь финансовым результатом и основным элементом финансовых ресурсов предприятия.**
- ▣ **Является одним из источников формирования бюджетов разных уровней.**



ПРОЦЕСС ФОРМИРОВАНИЯ И РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ



Виды прибыли

- Валовая прибыль
- Прибыль от продаж
- Прибыль до налогообложения
- Чистая прибыль



Виды форм прибыли организации (предприятия) по основным классификационным признакам

Признаки классификации прибыли	Виды прибыли по соответствующим признакам классификации
Источники формирования прибыли, отражаемые в бухгалтерском учете	Прибыль от реализации продукции Прибыль от прочих операций, в том числе реализации имущества Балансовая прибыль
Метод расчета	Валовая (банковская) прибыль Чистая прибыль Маржинальная прибыль
Источники формирования прибыли по основным видам деятельности предприятия	Прибыль от операционной деятельности Прибыль от инвестиционной деятельности Прибыль от финансовой деятельности
Характер налогообложения прибыли	Налогооблагаемая прибыль Прибыль, не подлежащая налогообложению
Характер инфляционной «очистки» прибыли	Прибыль номинальная Прибыль реальная
Временной период формирования прибыли	Прибыль прошлых лет Прибыль отчетного периода (нераспределенная прибыль) Прибыль планового периода (планируемая прибыль)
Характер использования прибыли	Капитализированная прибыль Потребленная (распределенная) прибыль
Значение итогового результата	Положительная прибыль Отрицательная прибыль (убыток)

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).




где BP – выручка от реализации; C – себестоимостью проданных товаров, продукции, работ и услуг.



ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ

Общая величина прибыли предприятия (**валовая прибыль**) состоит из трех частей:

- 1) прибыли от реализации продукции - как разницы между выручкой от реализации продукции (без учета НДС и акцизного сбора) и ее полной себестоимостью;
 - 2) прибыли от реализации материальных ценностей и иного имущества (это разница между ценой их продажи и затратами на их приобретение и реализацию);
 - 3) прибыли от внереализационных операций, т.е. операций, непосредственно не связанных с основной деятельностью (доходы по ценным бумагам, от долевого участия в совместных предприятиях; сдачи имущества в аренду; превышение суммы полученных штрафов над уплаченными и др.).
- 

ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ОТ ПРОДАЖ

1. Разность между валовой прибылью и управленческими и коммерческими расходами.
2. Разность между чистой выручкой и полной себестоимостью реализованной продукции (выполненных работ, оказанных услуг).

$$П_{пр} = П_{вал} - P_y - P_k$$

где P_y – расходы на управление; P_k – коммерческие расходы.



ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

Рассчитывается с учетом прочих доходов (прибавляются) и прочих расходов (вычитаются)

$$П_{\text{до н/о}} = П_{\text{пр}} \pm C_{\text{одр}} \pm C_{\text{вдр}}$$

где $C_{\text{одр}}$ – операционные доходы и расходы; $C_{\text{вдр}}$ – внереализационные доходы и расходы.

Прибыль до налогообложения — конечный результат хозяйственно-финансовой деятельности.



ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ОТ ОБЫЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Может быть получена вычитанием из прибыли до налогообложения суммы налога на прибыль и иных аналогичных обязательных платежей (суммы штрафных санкций, подлежащих уплате в бюджет и государственные внебюджетные фонды):

$$\text{Под} = \text{Пдон/о} - \text{Н}$$

где Н – сумма налогов.



ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ

Валовая прибыль минус налог на
прибыль



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.



ОСНОВНЫЕ ИСТОЧНИКИ ПОЛУЧЕНИЯ ПРИБЫЛИ

1. Производственная и предпринимательская деятельность.
2. Монопольное положение предприятия по выпуску той или иной продукции или уникальности продукта.



РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПРИБЫЛИ

2 основные части:

1. Потребляемая:

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

2. 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.



РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПРИБЫЛИ



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.



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 рентабельности 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



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.

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.



Доход предприятия

Доход – это выручка от реализации продукции (работ, услуг) за вычетом материальных затрат. Он представляет собой денежную форму чистой продукции предприятия, т.е. включает в себя оплату труда и прибыль.

	Доход		
Материальные затраты	Оплата труда	Прибыль	
Себестоимость	Чистая прибыль	Налог на прибыль	
Выручка от реализации			



ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ

1. Цена и ее функции
2. Образование цены продукции в рыночных условиях
3. Методы установления цены



ЦЕНА И ЕЕ ФУНКЦИИ

Цена – сумма денег, за которую покупатель готов купить товар, а производитель продать.

Цена товара - денежное выражение его стоимости

От цены зависит:

- величина прибыли коммерческой организации;
- конкурентоспособность организации и ее продукции;
- финансовая устойчивость предприятия.



ФУНКЦИИ ЦЕНЫ

- Измерительная;
- Соизмерительная;
- Учетная функция;
- Распределительная;
- Стимулирующая;
- Социальная;
- Внешнеэкономическая.



ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ

Под политикой цен понимаются общие цели, которые предприятие собирается достичь с помощью установления цен на свою продукцию. Ценовая политика является одной из составляющих комплекса маркетинга и должна быть направлена на достижение его стратегических целей



ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ

Цели ценовой политики предприятия: сохранение положения на рынке;

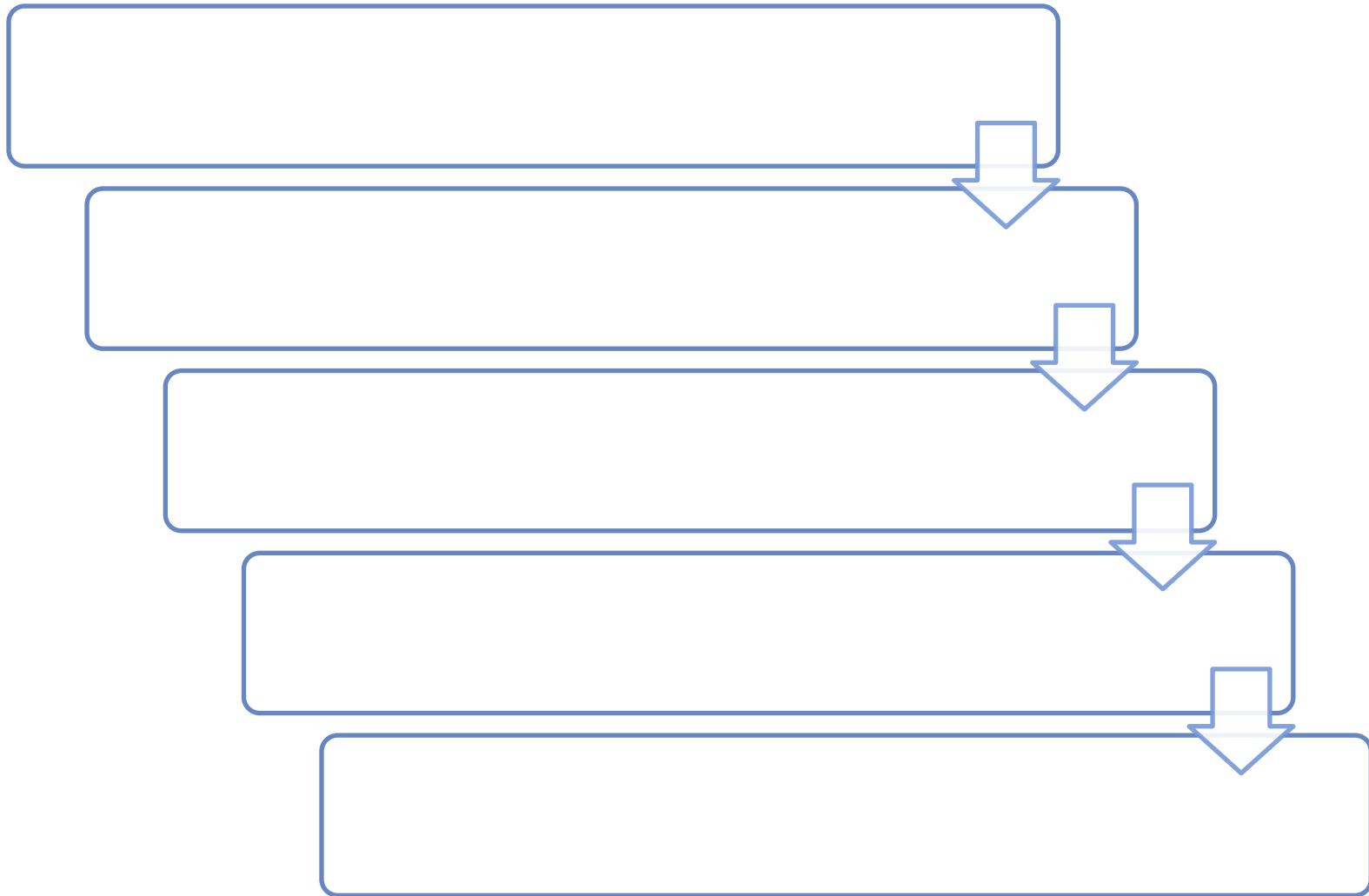
- максимизация прибыли по всей номенклатуре продукции;
- максимальное увеличение сбыта продукции;
- завоевание лидерства на рынке и т.д.

Принципы ценовой политики:

- достижение заданной величины прибыли на единицу вложенного капитала;
- обеспечение стабильного положения на рынке;
- активизация покупательского спроса;
- соблюдение государственных правовых актов



ПРОЦЕСС РАЗРАБОТКИ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ



ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ

Формы реализации ценовой политики:

- сохранение стабильности цен;
- изменение цен;
- установление единых цен;
- применение гибких цен.

Методы реализации ценовой политики:

- обеспечение заданной цены массовой поставкой товаров;
- масштабное завоевание рынка;
- выжидание ажиотажного спроса;
- «снятие сливок» кратковременным повышением цен на новые виды продукции



ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ЦЕНОВУЮ ПОЛИТИКУ

- Спрос
- Предложение
- Налоговая политика государства
- Конкуренты
- Инфляция



ЭТАПЫ МЕТОДИКИ РАСЧЕТА ИСХОДНЫХ ЦЕН



ЦЕНОВАЯ СИСТЕМА

Ценовая система это единая упорядоченная совокупность различных видов цен, обслуживающих и регулирующих экономические отношения между различными участниками национального и мирового рынков



РЫНОЧНЫЕ ЦЕНЫ

1. Свободные цены, которые устанавливаются производителями продукции и услуг на основе спроса и предложения.
2. Договорно-контрактные цены, которые устанавливаются по соглашению сторон.
3. Цены в условиях частичной или полной монополизации рынка, которые вынуждают одну или обе стороны принимать какие-то принудительные условия



<p>В зависимости от обслуживания отдельных отраслей</p>	<p>Оптовые цены на продукцию промышленности Цены на строительную продукцию Закупочные цены Тарифы грузового и пассажирского транспорта Цены на бытовые и коммунальные услуги</p>
<p>В зависимости от территории действия (по географическому принципу)</p>	<p>Географический подход Цены единые по стране или поясные Региональные и местные цены Зональные цены Цены на основе базиса</p>
<p>В зависимости от государственного воздействия и регулирования</p>	<p>Свободные цены Регулируемые цены Предельные цены Фиксированные цены</p>
<p>По способу установления фиксации</p>	<p>Твёрдые цены (постоянные) Подвижные цены Скользящая цена</p>
<p>По способу получения информации</p>	<p>Публикуемые цены Справочные цены Прейскурантные цены</p>
<p>По условиям поставки и продажи</p>	<p>Цена-нетто – цена на месте купли-продажи Цена брутто</p>

КЛАССИФИКАЦИЯ ЦЕН ПО СТАДИЯМ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ ОТ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ К ПОТРЕБИТЕЛЮ

Элементы цены								
Себестоимость производства и реализации продукции	Прибыль производителя	Косвенные налоги		Посредническая надбавка			Торговая надбавка	
		Акцизы	НДС	Издержки посредника	Прибыль посредника	НДС посредника	Издержки торговли	Прибыль торговли
Оптовая цена изготовителя								
Оптовая отпускная цена								
Оптовая цена закупки								
Розничная цена								

ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕН

1. **Оптовая цена изготовителя** = Себестоимость производства и реализации + Прибыль производителя

2. **Оптовая отпускная цена** = Оптовая цена изготовителя + Косвенные налоги (акциз, НДС)

3. **Оптовая цена закупки** = Оптовая отпускная цена + Посредническая надбавка.

Посредническая надбавка = Издержки посредника + Прибыль посредника + НДС.

4. **Розничная цена** = Оптовая цена закупки + Торговая надбавка.

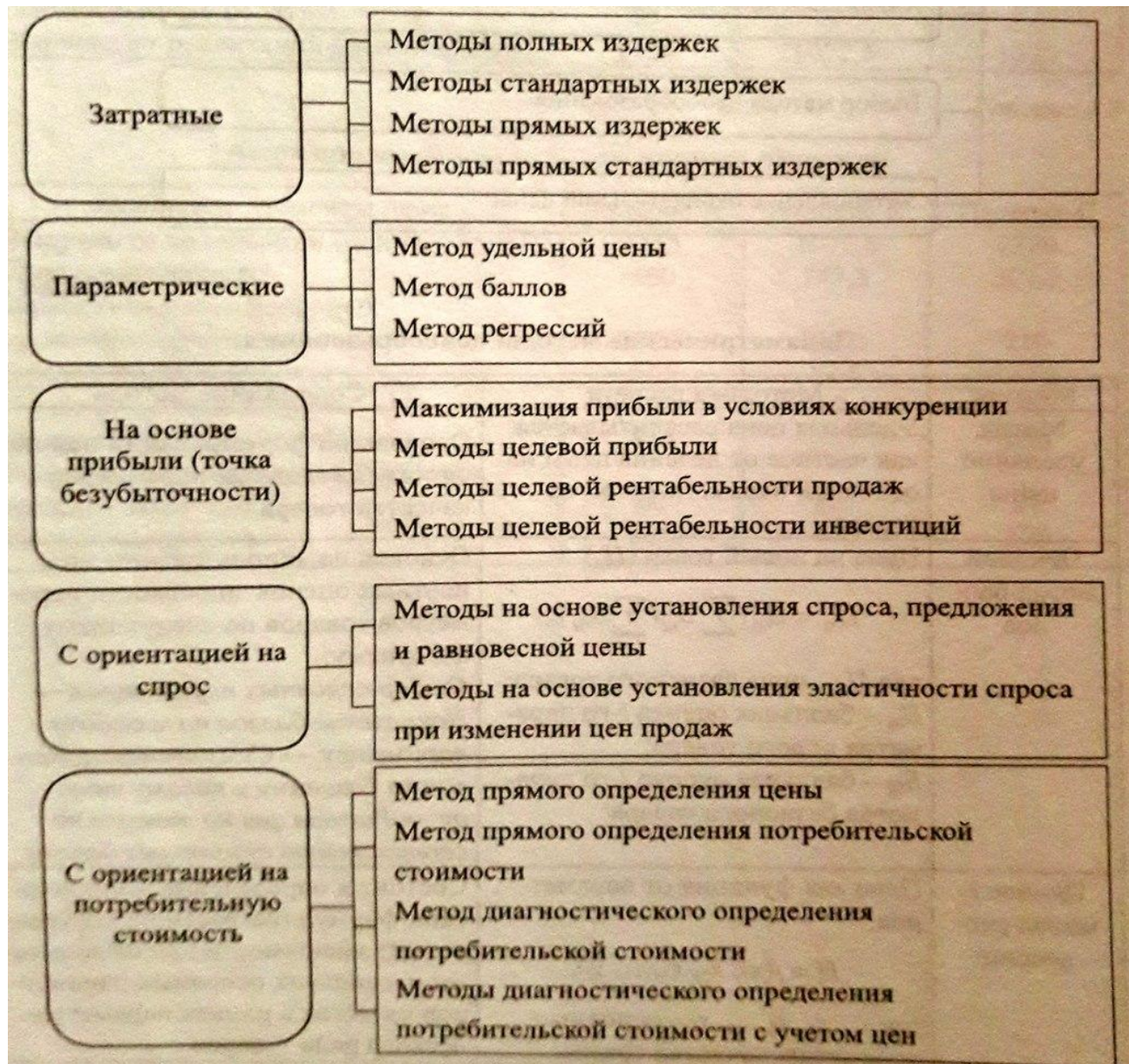
Торговая надбавка = Издержки торговли + Прибыль торговли + НДС.



ПРОЦЕСС ВЫРАБОТКИ ЦЕНОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ



КЛАССИФИКАЦИЯ МЕТОДОВ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ



МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Методы ценообразования

```
graph TD; A[Методы ценообразования] --> B[Затратные:]; A --> C[Параметрические:];
```

Затратные:

- ценовой метод полных издержек;
- ценовой метод стандартных издержек;
- ценовой метод прямых издержек (метод формирования цен по сокращенным затратам);
- ценовой метод стандартных прямых издержек.

Параметрические:

- метод удельной цены;
- ценовой метод баллов;
- ценовой метод регрессии,



МЕТОД ПОЛНЫХ ИЗДЕРЖЕК (МЕТОД «ИЗДЕРЖКИ ПЛЮС»)

Состоит в суммировании совокупных издержек (переменные (прямые) плюс постоянные (накладные) издержки) и прибыли, которую фирма рассчитывает получить

$$\text{Цена} = \text{Иед.изд} + \text{Прасч}$$



МЕТОД СТАНДАРТНЫХ ИЗДЕЖЕК

Позволяет формировать цены на основе расчета нормативных затрат с учетом отклонений фактических затрат от нормативных. Ценовой метод стандартных издержек в отличие от простого отражения затрат дает возможность проводить их пофакторный анализ

$$\text{Цена} = \sum I_{\text{норм.}i} + \Pi$$



МЕТОД ПРЯМЫХ ИЗДЕРЖЕК

**(МЕТОД МИНИМАЛЬНЫХ ИЗДЕРЖЕК, МЕТОД СТОИМОСТНОГО
ИЗГОТОВЛЕНИЯ)**

Состоит в установлении цены путем добавления к переменным затратам определенной надбавки —
прибыли

$$\text{Цена} = \text{Иперем} + \text{Пвал}$$

МЕТОД СТАНДАРТНЫХ ПРЯМЫХ ИЗДЕРЖЕК

$$\text{Цена} = \sum \text{Инорм.перем.}i + \text{Пвал}$$



ПАРАМЕТРИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Методы	Методика расчета	Содержание метода
Метод удельной цены	Удельная цена рассчитывается как частное от деления цены на основной параметр качества товара	Основан на формировании цен по одному из главных параметров качества товара
Ценовой метод баллов	<p>Цена на новый товар (C_n)</p> $C_n = C_б \left(\frac{\sum B_{ni}}{\sum B_{bi}} \right),$ <p>где $C_б$ – цена базисного товара; B_{ni} – балльная оценка i-го параметра нового товара; B_{bi} – балльная оценка i-го параметра базисного товара</p>	<p>Основан на использовании экспертных оценок значимости параметров товаров по следующему алгоритму:</p> <p><i>Отбор основных параметров → Начисление баллов по каждому параметру → Суммирование баллов по базовому и новому товару → Расчет цен на товары по соотношению суммарных баллов</i></p>
Ценовой метод регрессии	<p>Цена как функция от параметров:</p> $C = f(x_1, x_2, x_3, \dots, x_i),$ <p>где $x_1, x_2, x_3, \dots, x_i$ – основные параметры качества товара</p>	Состоит в определении эмпирических формул (регрессионных уравнений) зависимости цен от величины нескольких основных параметров качества в рамках параметрического ряда товаров