

ДОХОДЫ И ПРИБЫЛЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Выполнила студентка группы Э-16
Багирова Валерия

В условиях рыночной экономики прибыль выступает как цель деятельности всех коммерческих организаций (предприятий), конечный положительный финансовый результат. Финансовый результат может быть и отрицательным, т. е. предприятие может нести убытки. Получение прибыли жизненно необходимо предприятиям, так как прибыль служит источником финансовых

Значение прибыли

- Измеритель результатов деятельности предприятия
- Источник собственных финансовых ресурсов предприятия
- Выполняет стимулирующую функцию, так как в ее увеличении заинтересованы все участники хозяйственной деятельности — владельцы капитала, наемные работники
- Прибыль (ожидаемая) - ориентир для принятия дивидендной политики, инвестиционных решений
- Является источником формирования доходов бюджетов разных уровней (часть прибыли

Доход — это увеличение экономических выгод в результате поступления активов (денежных средств, иного имущества) и погашения обязательств, приводящее к увеличению капитала организации, за исключением вкладов участников (собственников имущества)

Виды доходов

- ▣ Доходы от обычных видов деятельности - это выручка от продажи продукции, поступления, связанные с выполнением работ, оказанием услуг без налога на добавленную стоимость, акцизов обязательных платежей (чистая выручка).
 - ▣ Прочие доходы:
 - а) Доходы предприятия - результат определенных хозяйственных и финансовых операций
 - б) Нерегулярные поступления (полученные штрафы, неустойки за нарушение условий договоров)
 - в) Поступления, возникающие как последствия чрезвычайных обстоятельств (страховые возмещения в связи с авариями, пожарами, стихийными бедствиями)
- Общая сумма всех доходов предприятия представляет собой валовые доходы.

Валовая прибыль - разность между выручкой от реализации продукции, выполнения работ, оказания услуг (без налога на добавленную стоимость) и производственной себестоимостью реализованной продукции (работ, услуг). Валовая прибыль в торговле — это доход, полученный в виде торговых надбавок.

Прибыль от продаж - конечный результат производственной деятельности предприятия, формируется как разность между валовой прибылью и управленческими расходами. Прибыль (убыток) от продаж — это разность между чистой выручкой и полной себестоимостью реализованной продукции.

- ▣ Прибыль до налогообложения — конечный результат хозяйственно-финансовой деятельности.
- ▣ Чистая прибыль формируется после уплаты текущего налога на прибыль.
- ▣ Прибыль до уплаты налогов имеет значение для юридических и физических лиц, предоставляющих предприятию кредиты, займы и получающих соответствующие проценты.
- ▣ Налогооблагаемая прибыль - та сумма прибыли, которая выступает базой для уплаты налогов.

- ▣ **Базовая прибыль** — чистая прибыль, уменьшенная на сумму дивидендов по привилегированным акциям, начисленным их владельцам за отчетный год. В отчете о прибылях и убытках акционерных обществ отражается базовая прибыль (убыток) на акцию.
- ▣ **Разводненная прибыль (убыток) на акцию** - величина, до которой возможно уменьшение прибыли (увеличение убытка), в расчете на одну обыкновенную акцию акционерного общества в случаях: конвертации всех конвертируемых ценных бумаг акционерного общества в обыкновенные акции, исполнения всех договоров купли-продажи обыкновенных акций.
- ▣ **Нераспределенная прибыль** — финансовый ресурс, накопленный за весь период существования предприятия путем реинвестирования части чистой прибыли после ее распределения собственниками

Факторы, влияющие на величину прибыли

- ▣ **Внешние (независимые от предприятия)**
 - а) Политическая стабильность
 - б) Состояние экономики страны
 - в) Темпы инфляции
 - г) Банковский процент
 - д) Размеры налогов и т.д.
- ▣ **Внутренние**
 - а) Объемы хозяйственной деятельности
 - б) Ассортимент реализуемой продукции
 - в) Цены реализации
 - г) Наличие кредитов и займов и т.д.

Прибыль - объект первостепенного внимания руководителей и менеджеров.

Управление прибыльюю - процесс выработки и принятия решений по основным аспектам ее формирования, распределения и использования.

Подразделение издержек производства (расходов, связанных с производством и реализацией продукции) на постоянные и переменные позволяет использовать в управлении формированием прибылью от продаж механизм, известный как **операционный рычаг**. Действие этого механизма основано на том, что наличие постоянных расходов в общей сумме приводит к тому, что при увеличении объема реализации продукции сумма прибыли от продаж всегда увеличивается еще более высокими темпами. Однако степень чувствительности прибыли от продаж к изменению объема реализации неодинакова на предприятиях, имеющих различное соотношение постоянных и переменных

$$K_{op} = \frac{I_{пост}}{I_{об}},$$

где K_{op} — коэффициент операционного рычага;

$I_{пост}$ — сумма постоянных издержек (расходов), руб.;

$I_{об}$ — общая сумма издержек (расходов), руб.

Исходя из целей предприятия в процессе управления прибылью от продаж возможно принятие следующих решений:

- ▣ увеличение объемов производства
- ▣ сокращение переменных расходов на единицу продукции
- ▣ сокращение постоянных расходов
- ▣ изменение цен на продукцию
- ▣ изменение соотношения постоянных и переменных расходов в общей их сумме

Распределение прибыли — это выделение части прибыли на определенные цели.

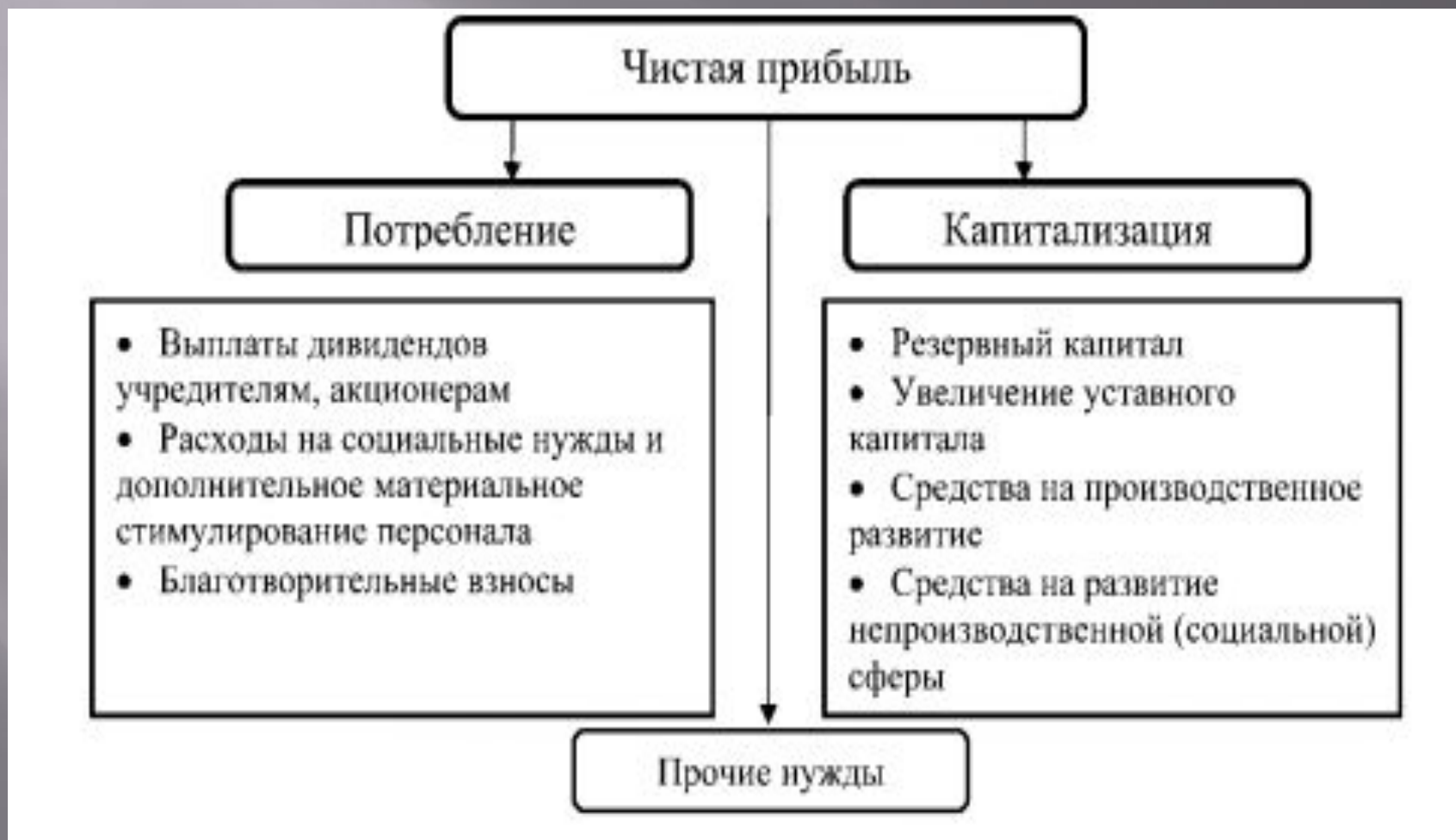
Использование прибыли — это конкретные направления расходования средств в пределах выделенных на определенные цели сумм.

Распределение прибыли осуществляется в два этапа.

I этап: распределяется прибыль до налогообложения. Часть этой прибыли в виде налогов направляется в бюджеты разных уровней. Это распределение прибыли регулируется законодательно.

II этап: распределяется чистая прибыль предприятий в соответствии с их уставами и решениями, принимаемыми высшими органами управления.

Вся чистая прибыль распределяется на две основные части: потребляемую и капитализируемую.



Рентабельность — это отношение прибыли к показателям, формирующим конечный финансовый результат: доходам, расходам, величине используемых экономических ресурсов, вложенному капиталу.

Основные показатели рентабельности

1. Рентабельность продукции — отношение прибыли от продаж к полной себестоимости реализованной продукции.
2. Рентабельность продаж — отношение прибыли от продаж к выручке от реализации продукции.
3. Рентабельность совокупных расходов — отношение суммы прибыли до налогообложения к общей сумме расходов предприятия.
4. Рентабельность производственной деятельности — отношение прибыли от продаж к среднегодовой сумме основных производственных фондов и материальных оборотных средств.
5. Рентабельность активов — отношение прибыли до налогообложения или чистой прибыли к средней сумме активов предприятия за определенный период.
6. Рентабельность оборотных активов — отношение прибыли до налогообложения или чистой прибыли к средней сумме оборотных активов предприятия за период.
7. Рентабельность основных средств — отношение прибыли до налогообложения или чистой прибыли к средней сумме основных средств предприятия за период.
8. Рентабельность собственного капитала — отношение чистой прибыли к средней сумме собственного капитала предприятия за определенный период.

Цель планирования прибыли на предприятиях — использование выявленных в процессе анализа резервов ее роста и поиск новых возможностей повышения рентабельности. Предприятия планируют прибыль от продаж, прибыль до налогообложения, чистую прибыль.

Основную массу прибыли предприятия составляет **прибыль от продаж** (реализации продукции, выполнения работ, оказания услуг). Планирование этой прибыли может проводиться с использованием разных методов.

Наиболее распространенным является **метод прямого счета**. Он используется, как правило, на предприятиях с небольшим ассортиментом выпускаемой продукции. Прибыль рассчитывается по каждому виду продукции на основе полной себестоимости единицы продукции.

Использование аналитического метода предполагает два этапа:

1. Расчет возможной прибыли в планируемом году на основе базовой рентабельности продаж отчетного года и планируемых объемов производства и реализации.
2. Расчет влияния на возможную плановую прибыль различных факторов, которые могут привести к ее увеличению или снижению: снижение себестоимости, структурные сдвиги в ассортименте продукции, изменение цен и др. На этом этапе очень важно выявить неиспользованные резервы увеличения прибыли, а также учесть влияние на прибыль внедрения инноваций.