Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kontrolnaya-rabota/220453>

Тип работы: Контрольная работа

Предмет: Финансы

-

Задача.

Руководство фирмы рассматривает вопрос об увеличении расходов на рекламу на 10000 тыс. руб., при этом прогнозируется рост выручки от продаж на 40 0000 тыс. руб., известно, что коэффициент маржинальной прибыли на предприятии составляет 0,7.

Определите, выгодно ли для фирмы увеличить расходы на рекламу?

Решение.

Коэффициент маржинального дохода – основной показатель управленческого учета. Он помогает установить долю валовой маржи конкретного товара в общей сумме выручки. Этот показатель применяется в процессе анализа себестоимости продукции и позволяет определить, насколько выручка от реализации способна покрыть расходы на ее производство. Чем выше эта цифра, тем больше способность фирмы приносить прибыль на каждый вложенный рубль.

Маржинальная прибыль—это превышение выручки от реализации определенного количества продукции над всеми переменными затратами, связанными с данным объемом продаж. Маржинальная прибыль часто называется маржинальной доходностью или валовой маржей.

Зная коэффициент маржинальной прибыли, а также прогнозируемый объем продаж, можно на основе формулы определить возможный прирост маржинальной прибыли:

-

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kontrolnaya-rabota/220453>