

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/kurovaya-rabota/432578>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Экономика предприятия

Введение 4

Часть 1 6

Глава 1. Теоретические аспекты формирования выручки современной организации 6

1.1. Понятие и порядок формирования выручки современной организации 6

1.2. Факторы повышения выручки, основы ее анализа и прогнозирования с целью роста 11

Глава 2. Исследование формирования выручки ООО «Лента» 14

2.1. Характеристика деятельности организации 14

2.2. Анализ динамики и структуры выручки организации 16

Глава 3. Рекомендации по увеличению выручки организации 24

3.1. Направления увеличения выручки организации 24

3.2. Прогноз выручки организации 26

Часть 2 28

Задача 1. Расчет валовой, товарной и реализованной продукции 28

Задача 2. Расчет фондоотдачи 29

Задача 3. Расчет амортизации 31

Задача 4. Определение критического объема производства 34

Задача 5. Оценка результатов внедрения планируемых мероприятий 38

Задача 6. Оценка последствий влияния негативных моментов на производство 40

Заключение 43

Список использованных источников 45

ЧАСТЬ 1

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ВЫРУЧКИ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

1.1. Понятие и порядок формирования выручки современной организации

В условиях современных рыночных отношений, ведя экономическую деятельность, современная организация получает свой основной доход – сумму выручки от продажи. Выручка выступает в качестве важнейшего итогового показателя деятельности современной организации, от величины которого находится в зависимости ее финансовое положение. Она - важнейшая категория учета современной организации, которая определяет уровень ее конкурентоспособности, а, в связи с этим и ее рентабельности и устойчивого положения в финансовом плане.

Как указывают А.А. Лобода, И.А. Морин, А.А. Щербакова, под «выручкой понимают поступление или иного рода прирост активов организации или выполнение ее обязательств, которое происходит в результате ее основной деятельности» [25, с.81].

Значение выручки в деятельности современной организации выражено в таких аспектах [17, с.22]:

- выручка - важнейший оценочный показатель результативности функционирования современной организации, так как по поступлению ее сумм может быть сделан вывод по вопросу того, что есть соответствие выпускаемой продукции (работ, услуг) согласно объему, качественному уровню, уровню цены и величины спроса на рынке на данную продукцию (работы, услуги);
- степень устойчивости современной организации в финансовом плане, размер ее прибыли от основной деятельности, своевременность выполнения всех нужных расчетов с бюджетом, страховыми внебюджетными фондами, кредитными организациями, иного рода контрагентами находится в зависимости от определенной своевременности поступлений на счет организации полученной суммы выручки от продажи;

- посредством суммы выручки от продажи современной организации она покрывает собственные текущие затраты на производство и реализацию продукции (работ, услуг) и далее образуют сумму прибыли. В качестве итога несвоевременности поступления суммы выручки от продажи выступают задержки проводимых расчетов за сырье, материалы, комплектующие изделия, по причине чего организации будут принуждены к выплате штрафов, что в результате всего этого обуславливает не только потери нужной суммы прибыли, но и сбой в работе, и приостановку производства тех организаций, которые являются смежными;

- суммы поступлений выручки от продажи на счета современных организаций имеют очень важное значение и для формирования бюджета всей страны, так как выручка выступает в качестве источника для уплаты сумм всех платежей налогов и сборов и отчислений в страховые фонды.

По собственной структуре сумма выручки не является однородной. Она представляет собой объем сумм поступивших денежных средств, порою имущества и задолженности дебиторов, которая возникла при продаже то-варов (работ, услуг) на условиях предоставленного коммерческого кредита. В структуру суммы выручки от продажи также включают сумму средств, ко-торые поступили от прочей продажи.

Суммы косвенных налогов (к ним относят суммы НДС и акцизов) не включают в состав выручки от продажи, их учитывают отдельно.

Применение выручки от продажи в организации определяет самую начальную стадию явлений распределительного характера. Из полученного объема выручки от продажи современными организациями покрываются суммы материальных затрат на сырьё и материалы, топливо и электриче-скую энергию и иного рода средства труда, необходимые для производ-ственного (торгового) процесса. Сумма выручки от продажи товаров дает возможность потребителям с самой небольшой тратой времени и сил приоб-рета-ть необходимые им продукты (услуги) посредством поиска из имеюще-гося ассортимента, близко от места проживания либо трудовой деятельности, в нужном для приобретения количестве.

Сумма выручки от продажи продукции (товаров, работ, услуг) пред-ставляет собой показатель количественного плана, который отражает вели-чину продажи, а также взаимоотношения экономического характера, кото-рые возникают на самой последней стадии передвижения продукции (работ, услуг) из сферы обращения в индивидуальное употребление посредством их обмена на определенную денежную сумму прибыли. Вся продукция, которая выпущена с целью сбыта, и денежный доход - основа выручки от продажи [16, с.16].

Следовательно, можно сделать вывод, что выручка - основ-ной источ-ник возмещения средств, которые были направлены на выпуск и продажу продукции (работ, услуг), образования сумм доходов и финансовых ресур-сов современной организации. От ее объема находится в зависимости не только сам процесс образования суммы прибыли, но и степень своевре-менности и полноты уплаты платежей налоговых, погашение кредитов банков-ских организаций, а это в результате отразится на величине финансового ре-зультата функционирования современной организации.

Со стороны системного подхода, сумму выручки от продажи нужно исследовать в 3-ех моментах: в качестве фактора, который способствует си-стеме взаимоотношений в сфере общественного воспроизводства; в качестве системы взаимоотношений обмена денежной прибыли жителей на продукты народного употребления; в качестве системы взаимосвязи обратного харак-тера с воспроизводством [21, с.59].

Величина выручки от продажи продукции (работ, услуг) находится в зависимости от количества, ассортимента, качественного уровня продавае-мых продуктов, стоимости и расчётно-платёжной дисциплины в организа-ции. Объем продаваемой продукции находится в зависимости от величины производства (так называемой товарной продукции) и суммы переходящих остатков нереализованных продукции и услуг на начало и конец временного периода сбыта (сюда относят месяц, квартал, полугодие, год).

Сумма выручки от продажи в качестве самого общего показателя фи-нансовых результатов современной организации представляется особо важ-ной категорией в учёте и анализе ее доходов, а, в связи с этим, и уровня рен-табельности и устойчивости ее финансового положения.

Выручка от продажи - сумма денежных ресурсов, которые причитают-ся современной организации от ее контрагентов за проданные продукцию, товары, выполненные работы или оказанные услуги (п. 5 ПБУ 9/99) [26, с.106].

Величина выручки от продажи, которые приносят прибыль современ-ной организации, вне зависимости от формы ее экономической деятельности, принимают к учету на сч. 90 «Продажи». Весь процесс по формированию суммы выручки от продажи современной организации может быть разложен по направлениям ее функционирования (рис. 1.1).

Рисунок 1.1 – Процесс формирования выручки организации [22, с.87]

Как обычно происходит в экономике рыночных отношений, в современных организациях величина совокупной суммы выручки складывается из величина выручки, которая получена по указанным трем направлениям их деятельности. Однако при этом особо важное значение в ней отдают как раз выручке от основной деятельности организации, которой определяется весь смысл ее существования в условиях рыночных отношений.

Распределение суммы выручки от продажи происходит согласно направлениям возмещения всех потребленных производственных средств, при этом идет процесс формирования сумм валового и чистого дохода [19, с.60].

На рисунке 1.2 приведены направления использования организацией сумм выручки от продажи.

Рисунок 1.2 – Использование выручки от продажи организации [11, с.52]

Посредством полученной суммы выручки от продажи должны быть покрыты совокупные величины затрат организации, должна быть получена им нужная сумма прибыли.

В первую очередь, сумму выручку, которая поступила на счета организации, используют на цели оплаты счетов поставщиков.

Как раз из полученной суммы выручки происходит выплата заработной платы, возмещение износа основных средств, формируется сумма прибыли современной организации.

Из представленной выше информации может быть сделан вывод о том, что от того, насколько достоверным образом будет спланирована сумма выручки и на какие точно цели она была направлена, будет находиться в зависимости успешность финансово-хозяйственной деятельности организации.

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Части 1-4 по состоянию на 05.02.2024 г.: офиц. текст. – М.: Проспект, 2024. – 752с.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации. Части первая и вторая. По состоянию на 1 марта 2024 г. – М.: Проспект, 2024. – 1216с.
3. О бухгалтерском учете [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 06.12.2011 г. №402-ФЗ. – Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс». – Режим доступа: : <http://www.consultant.ru>.
4. Положения по бухгалтерскому учету (ПБУ 1-24). – М.: Эксмо, 2023. – 256с.
5. Бочаров, В.В., Леонтьев В.Е., Радковская Н.П. Корпоративные финансы [Текст]: учебник / В.В. Бочаров, В.Е. Леонтьев, Н.П. Радковская. – 3-е изд. – М.: Юрайт, 2018. – 354с.
6. Граждан, В.Д. Социология управления [Текст]: учебник / В.Д. Граждан. – 4-е изд. – М.: Юрайт, 2019. – 607с.
7. Донцова, Л.В. Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности [Текст]: практикум / Л.В. Донцова, Н.А. Никифорова. – М.: Дело и сервис, 2018. – 160с.
8. Дорман, В.Н. Коммерческая организация: доходы и расходы, финансовый результат [Текст]: учеб. пособие / В.Н. Дорман. – М.: Юрайт, 2023. – 107с.
9. Ковалев, В.В. Финансовый менеджмент: теория и практика [Текст] / В.В. Ковалев. – М.: Проспект, 2023. – 1104с.
10. Мочаева, Т.В. Экономика организации и менеджмент [Текст] / Т.В. Мочаева. – М.: Инфра-Инженерия, 2022. – 112с.
11. Осипов, М.А. Учетно-аналитическое обеспечение управления организацией [Текст]: учебник / М.А. Осипов, Д.Б. Крылов. – СПб.: СПбГЭУ, 2019. – 177с.
12. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия [Текст]: учебник / Г.В. Савицкая. – М.: НИЦ Инфра-М. – 2024. – 378с.
13. Чернов, В.А. Теория экономического анализа [Текст]: учебник / В.А. Чернов. – М.: Проспект, 2023. – 384с.
14. Авдюшина, М.А. Мероприятия, направленные на увеличение выручки торговой компании как инструмент реинжиниринга бизнес-процессов [Текст] / М.А. Авдюшина // Интеллектуальная инженерная экономика и индустрия 5.0 (Экопром): сборник трудов Междун. науч.-практ. конференции. – СПб.: Политех-Пресс, 2023. – С.512-516.
15. Архипова, Ю.В. Состояние и пути совершенствования выручки от реализации продукции на предприятии [Текст] / Ю.В. Архипова // Цифровая экономика в социально-экономическом развитии России: взгляд молодых: сборник статей и тезисов докладов XV междун. науч.-практ. конференции. – М.: Перо, 2019. – С.26-30.
16. Баженов, Ю.К. Доходы, расходы и прибыль в организациях торговли [Текст]: учебное пособие / Ю.К. Баженов, Г.Г. Иванов. – М.: Форум, 2020. – 95с.

17. Боголюбская-Синякова, Е.С. Оптимизация выручки предприятия в условиях снижения объема выпуска продукции [Текст] / Е.С. Боголюбская-Синякова, Б.С. Калитин // Журнал Белорусского государственного университета. Экономика. – 2023. – №1. – С.22-35.
18. Грачева, Н.А. Выручка от продаж в управлении финансовыми ресурсами организации [Текст] / Н.А. Грачева, Н.А. Полунина // Молодежь и XXI век – 2018: материалы VIII междун. молодежной науч. конференции. – Курск: Университетская книга, 2018. – С.68-71.
19. Ефимовых, Е.И. Признание выручки в финансовой отчетности в соответствии с РСБУ и МСФО [Текст] / Е.И. Ефимовых // Стимулирование инновационного развития общества в стратегическом периоде: сборник статей междун. науч.-практ. конференции. – Уфа: Аэтерна, 2018. – С.32-35.
20. Зуборева, А.Е. Выручка как фактор роста платежеспособности предприятия [Текст] / А.Е. Зуборева, Е.А. Бессонова // Актуальные проблемы бухгалтерского учета. анализа и аудита: материалы X Всероссийской молодежной науч.-практич. конференции. – Курск: Университетская книга, 2018. – С.96-99.
21. Иванова, Н.В. Пути увеличения выручки от продаж [Текст] / Н.В. Иванова // Проблемы теории и практики современной науки: материалы междун. (заочной) науч.-практ. конференции. – Нефтекамск: Мир науки, 2018. – С.58-62.
22. Иванова, Н.В. Способы искажения информации о размере выручки предприятия [Текст] / Н.В. Иванова // Наука и образование: материалы междун. (заочной) науч.-практ. конференции. – Нефтекамск: Мир науки, 2018. – С.86-90.
23. Караханян, Г.С. Рост выручки: когда это опасно? / Г.С. Караханян, В.Н. Юсим [Текст] // Проблемы и перспективы развития промышленности России: сборник материалов III междун. науч.-практ. конференции. – М.: РЭУ им Г.В. Плеханова, 2018. – С.587-591.
24. Киселева, О.И. Прогнозирование выручки предприятия: методические подходы и принципы [Текст] / О.И. Киселева, О.М. Шубат // Российские регионы в фокусе перемен: Сборник докладов XII междун. конференции. – Екатеринбург: Издательство УМЦ УПИ, 2018. – С.597-604.
25. Лобода, А.А. Выручка на предприятии: распределение и сущность [Текст] / А.А. Лобода, И.А. Морин, А.А. Щербакова // Академическая публицистика. – 2022. – №7-1. – С.81-83.
26. Маджекова, М. Выручка и ее распределение на предприятии [Текст] / М. Маджекова, А. Атаджыков // Cognitio Rerum. – 2023. – №3. – С.105-108.
27. Сафиуллина, И.Н. Экономическая сущность, формирование и направления использования выручки организации [Текст] / И.Н. Сафиуллина // Студенческий. – 2022. – №23-4. – С.32-33.
28. Толоконникова, А.В. Особенности учета и отражения в отчетности выручки в соответствии с МСФО и РСБУ [Текст] / А.В. Толоконникова // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: российский и зарубежный опыт. – 2019. – №21. – С.67-71.
29. Чернов, Е.Г. Факторы, влияющие на выручку [Текст] / Е.Г. Чернов // Молодежь и XXI век – 2019: материалы IX междун. молодежной науч. конференции. – Курск: Университетская книга, 2019. – С.491-494.
30. Шахов, С. Как увеличить выручку в условиях конкуренции. Во-семь правил руководителя [Текст] / С. Шахов // Новая аптека. – 2022. – №5. – С.42-49.

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/kursovaya-rabota/432578>