

электронное периодическое издание

ЭКОНОМИКА

и

социум

ISSN 2225-1545

№5(72)-2020



ЭЛЕКТРОННОЕ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЕ
ПЕРИОДИЧЕСКОЕ ИЗДАНИЕ
«Экономика и социум»

<http://www.iupr.ru>

УДК 004.02:004.5:004.9

ББК 73+65.9+60.5

ISSN 2225-1545

Свидетельство о регистрации
средства массовой коммуникации
Эл № ФС77-45777
от 07 июля 2011 г.

Редакционный совет:

*Зарайский А.А., доктор филологических наук, профессор,
Калимбетов Х.К., доктор экономических наук, доцент,
Смирнова Т.В., доктор социологических наук, профессор,
Федорова Ю.В., доктор экономических наук, профессор,
Постюшков А.В., доктор экономических наук, профессор,
Тягунова Л.А., кандидат философских наук, доцент*

Отв. ред. А.А. Зарайский

Выпуск №5(72) часть 2 (май, 2020). Сайт: <http://www.iupr.ru>

© Институт управления и социально-экономического развития, 2020

*Ярохович Е.А.
студент-магистрант
Теляк О.А., к.э.н.
доцент
Полесский государственный университет
Беларусь, г.Пинск*

ВЫРУЧКА КАК ОДИН ИЗ ИСТОЧНИКОВ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация: В статье освещается тема, которая рассказывает о том, что выручка – это источник формирования финансовых ресурсов предприятия. Выручка – основная и главная статья собственных финансовых ресурсов организации. Данная статья содержит понятие выручка, способах ее увеличения за счет минимизации тех или иных расходов предприятия.

Ключевые слова: выручка, доход, расходы предприятия, финансовый результат.

*Yarokhovich E.A.
master's student
Telyak O.A., Ph.D.
associate professor
Polessky state University
Belarus, Pinsk*

REVENUE AS ONE OF THE SOURCES OF FORMATION OF FINANCIAL RESOURCES OF THE ENTERPRISE

Annotation: The article highlights the topic that tells that revenue is the source of the formation of financial resources of the enterprise. Revenue is the main and main article of the organization's own financial resources. This article contains the concept of revenue, ways to increase it by minimizing certain costs of the enterprise.

Key words: revenue, income, expenses of the enterprise, financial result.

Основным источником формирования финансовых ресурсов организации является выручка от реализации продукции.

Особенностью выручки как понятия является то, что она имеет множество определений.

Гусева Т.А считает, что выручка-это деньги или материальные ценности, получаемые от предприятия или от какого – ни будь рода деятельности.

Карогод Л.Б говорит, что выручка-это валовый приток экономической выгоды в течении отчётного периода, возникающие в процессе обычной

деятельности предприятия, когда такой приток приводит к увеличению капитала[2,с.310].

Пушкина В.С считает, что выручка –это произведение количества проданных товаров на их розничную цену.

Как замечают Селезнева Н. Н. и Ионова А. Ф., выручка от реализации продукции, работ или услуг характеризует завершение кругооборота производственного цикла предприятия, возврат авансированных производству материально воплощённых средств в денежной форме и начало нового цикла оборота всех средств. Колебания в объёме реализации продукции, работ или услуг оказывают чувствительное воздействие на финансовые результаты деятельности предприятия[4,с.34].

Мое мнение, что выручка — это деньги или материальные ценности, получаемые от предприятия или от какого-нибудь рода деятельности.

Г. В. Сергеева определяет, что необходимость анализа финансовых результатов от деятельности предприятия обусловлена современными требованиями к информационной поддержке принимаемых управленческих решений. Финансовый результат представляется в виде прибыли либо убытка, которые определяются путём сопоставления доходов и расходов в рамках соответствующих расчётных периодов.

По мнению Донцовой Л. В. и Никифоровой Н.А проведение факторного анализа качества прибыли — это методика комплексного и системного изучения и измерения воздействия факторов на величину результативных показателей[1,с.144].

Как определяет Зимин Н. Е., объём прибыли от продаж непосредственно зависит от факторов производства и продажи продукции, является определяющим на производственных предприятиях, так как в большинстве случаев эта прибыль является «донором» для других расходов.

От поступления выручки зависит устойчивость финансового положения организации, состояние ее оборотных средств, размер прибыли, своевременность расчетов с бюджетом и бюджетными фондами, банками, поставщиками, рабочими и служащими организации.

Увеличение выручки от реализации продукции – одно из главных условий роста финансовых ресурсов коммерческих организаций. Структура выручки от реализации определяется производительностью труда, трудоемкостью и капиталоемкостью производства, наличием современных технологий, позволяющих экономно использовать различные виды ресурсов [3, с.32].

На величину выручки от реализации продукции, работ, услуг влияют следующие факторы, непосредственно зависящие от деятельности предприятия:

– в сфере производства: объем производства, его структура, ассортимент выпускаемой продукции, ее качество и конкурентоспособность, ритмичность производства;

– в сфере обращения: уровень применяемых цен, ритмичность отгрузки, своевременное оформление платежных документов, соблюдение договорных условий, применяемые формы расчетов.

По мнению Г.В. Савицкой, завершающая стадия анализа выручки должна давать оценку резервов её увеличения за счет:

- резервов роста объёма производства продукции;
- резервов сокращения остатков нерализованной продукции.

Резервы роста объёма производства продукции, в свою очередь, могут разделяться на три направления:

- за счет улучшения использования трудовых ресурсов;
- за счет улучшения использования основных средств;
- за счет улучшения использования сырья и материалов.

Свой вклад в факторный анализ выручки от реализации продукции, работ и услуг внёс Иванов Ю. Н. Автор предлагает в качестве показателей взять четыре экономических, наиболее весомых фактора: основные средства, оборотные активы, персонал и финансы. Этот метод помогает определить влияние отдельных факторов на изменение прибыли деятельности предприятия. В ряде экономических моделей факторы по своему назначению делятся на экстенсивные и интенсивные. Экстенсивные факторы представляют собой натуральные значения ресурсов — это численность персонала, стоимость основных производственных средств предприятия, стоимость оборотных активов предприятия. Интенсивные факторы представляют собой производные этих значений — производительность труда, фондоотдача, материалоотдача, зарплатоотдача, капиталоотдача.

Проведённое исследование позволяет сделать следующие выводы:

1) выручка представляет собой материальную выгоду определённого объёма, которая поступает в распоряжение предприятия как результат ведения им своей обычной деятельности, не связанной с увеличением капитала за счет вложений акционеров;

2) условием повышения эффективности формирования выручки как основного источника финансовых ресурсов является её анализ. Цель анализа выручки – выявление наиболее значимых факторов, влияющих на её размер, а также определение возможных резервов роста.

Использованные источники:

1. Донцова, Л.В. Анализ финансовой отчетности. Практикум/ Л.В.Донцова, Н.А.Никифорова. - М.: Дело и сервис, 2016. - 144с
2. Карагод, В.С. Международные стандарты финансовой отчетности: учеб. пособие для бакалавров/ В.С.Карагод, Л.Б.Трофимова –М.: Юрайт, 2012-310с.
3. Муромцева, А.С. Выручка как один из источников формирования финансовых ресурсов предприятия // Современные научные исследования и инновации./ А.С.Муромцева, 2014. № 11.
4. Селезнева, Н.Н., Ионова А.Ф. Анализ финансовой отчетности организации: учебное пособие/Н.Н. Селезнева. -Москва: Юнити, 2015

Юрченко Т.Ю. АНАЛИЗ МЕТОДОВ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ	490
Юсупбаев В.Р. ПРОБЛЕМЫ ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ ПО РАЗВИТИЮ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА	496
Юсупова А.Ш. АНАЛИЗ И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА И ЕГО ОПЛАТЫ НА ПРЕДПРИЯТИИ	500
Юэ Синьхуэй ПРОБЛЕМА ВЗАИМНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРИРОДНЫХ РЕСУРСОВ КИТАЯ И РОССИИ КАК ВАЖНЕЙШИЙ ВОПРОС МЕЖНАЦИОНАЛЬНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА	505
Юэ Синьхуэй РОССИЙСКО-КИТАЙСКИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ.....	508
Ян Хао СТРАТЕГИИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОМПАНИИ	511
Ян Юеин КАЧЕСТВО ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ	516
Ян Юеин МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ	522
Ян Юеин СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ, КАК ОСНОВА ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИИ.....	527
Ярохович Е.А., Теляк О.А. ВЫРУЧКА КАК ОДИН ИЗ ИСТОЧНИКОВ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ	532
Яхновец А.О., Петрукович Н.Г. О ЗНАЧИМОСТИ РИСКА ПОТЕРИ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА	535
СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ	538
Аверина С.А. ВЛИЯНИЕ ВНУТРИОРГАНИЗАЦИОННОЙ СРЕДЫ НА МОТИВАЦИЮ ТРУДА	538
Багров А.И. ВЫЯВЛЕНИЕ СУЩНОСТИ РИСКА ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА	542
Биктимеров М.З. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ	549
Ван Юйцин ОЦЕНКА СТОИМОСТИ БИЗНЕСА КОМПАНИИ «ЛЕНТА»	554
Ван Юйцин ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПОВЫШЕНИЯ СТОИМОСТИ БИЗНЕСА КОМПАНИИ «ЛЕНТА»	559