

СУЧАСНІ МЕТОДИ ПЛАНУВАННЯ ВИРУЧКИ ВІД РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ

В сучасних умовах господарювання методи планування виручки від реалізації продукції є однією з необхідних ланок, тому що саме на це спрямована діяльність кожної установи. Кожне підприємство створює всі можливі умови для економічно вигідної роботи, з метою отримати більший дохід і зменшити витрати. Всі організації та підприємства, які існують в наш час виробляють продукцію, надають послуги та роботи, створюють товари, які потім реалізуються на ринку збуту, після чого отримують виручку.

Виручка від реалізації – це фінансова категорія, яка виражає грошові відносини між постачальниками і споживачами товару. В підприємствах торгівлі, громадського харчування, матеріально-технічного постачання замість категорії "виручка" від продажу продукції, послуг використовується категорія "товарообіг".

Важливим фактором розвитку будь-якого підприємства є грошові надходження, що перевищують платежі підприємства. Від наявності або відсутності коштів буде зрештою залежати можливість функціонування підприємства, його конкурентоспроможність та фінансовий стан. На промисловому підприємстві виручка від реалізації продукції, робіт та послуг — важливий об'єкт планування. Маючи план обсягу виручки підприємство одержує інструмент, який дає змогу володіти ситуацією щодо управління своїми фінансовими ресурсами.

Планування виручки від реалізації необхідне для визначення валового доходу, прибутку, а також для складання оперативних, фінансових і касових планів. Правильне планування виручки від реалізації має велике значення

для нормальної господарської діяльності підприємства. Якщо план реалізації є економічно обґрунтованим та успішно виконується, підприємство має в своєму розпорядженні грошові кошти, достатні для господарської діяльності. Несвоєчасне і неповне надходження виручки призводить до фінансових ускладнень та порушує нормальну діяльність підприємства.

На практиці використовують три методи розрахунку планового обсягу виручки від реалізації товарної продукції:

1) метод поасортиментного (прямого) рахунку,

Планову виручку від реалізації продукції визначають методом прямого рахунку: множенням кількості реалізованих виробів на їхню реалізаційну ціну і додаванням отриманих сум за всією номенклатурою.

2) метод укрупненого розрахунку, виходячи з плану виробництва продукції в цілому;

3) комбінований метод.

Розмір виручки від реалізації продукції, залежить від таких чинників:

1) виробничих, що пов'язані з обсягом виробництва, його ритмічністю, матеріальним, науково-технічним та організаційно-технічним забезпеченням. Включає в себе обсяг виробництва, асортимент та якість продукції;

2) комерційних (організаційних), що охоплюють в широкому сенсі поняття маркетингу;

3) фінансових ;

4) встановлення граничних (максимальних або мінімальних) цін і тарифів;

5) затвердження граничних рівнів рентабельності (частки прибутку в ціні, тарифи);

6) встановлення граничних рівнів торгових надбавок і постачальницько-збутових націнок при реалізації товарів, робіт, послуг.

Виручка від реалізації продукції відображає рівень ефективності їх господарської діяльності. Перевага виручки полягає в тому, що в ній найбільш реально відображаються такі важливі сторони діяльності, як

скорочення матеріаломісткості, підвищення продуктивності праці. Крім того, показник виручки від реалізації продукції підприємства використовується і для оцінювання рівня ефективності збиткових підприємств.

Література

1. Непочатенко, О.О. Фінанси підприємств : навч. посіб. / О.О. Непочатенко. – К.: ЦУЛ, 2011. – 328 с.
2. Ковальчук І. В. Економіка підприємства, навч. посібник, Київ «Знання», 2008.
3. Камінська Т.Г. Взаємозв'язок доходів і витрат як категорій оціночних характеристик руху капіталу в обліку / Т.Г. Камінська // Науковий вісник НУБіП України : зб. наук. праць. – К. : Вид-во НУБіП України, 2010.
4. Економічна енциклопедія. У трьох томах. – Т. 1 / за ред. С.В. Мочерного та ін. – К. : Вид. центр "Академія", 2002. – 863 с.