

Выполнил студент 3 курса
Зозулевский Олег

Выручка от реализации

ВЫРУЧКА ОТ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ

- сумма денежных средств от реализации продукции, работ и услуг по отпускным ценам, поступивших на расчётный счёт и в кассу предприятия

Выручка от реализации признается в бухгалтерском учете при наличии следующих условий:

- ⦿ предприятие имеет право на получение такой выручки, вытекающее из конкретного договора;
- ⦿ сумма выручки от реализации может быть достоверно подсчитана;
- ⦿ существует уверенность в том, что в результате конкретной операции произойдет увеличение экономических выгод предприятия;
- ⦿ право собственности (владения, пользования и распоряжения) на продукцию (товар) перешло от предприятия-поставщика к покупателю или работа принята заказчиком;
- ⦿ расходы, которые произведены в связи с коммерческой операцией, могут быть определены.

Виды выручки от реализации продукции (товаров) :

- ⦿ выручка (брутто) от реализации продукции (товаров, работ, услуг), включая косвенные налоги;
- ⦿ выручка (нетто) от реализации продукции (товаров, работ, услуг) без косвенных налогов (НДС, акцизов, таможенных пошлин).

ЧВР = ВВР – Косвенные налоги,

где ЧВР – чистая выручка от реализации;

ВВР – валовая выручка от реализации.

Относительные показатели, используемые при управлении выручкой:

- ◎ **коэффициент доли чистой выручки от реализации**

(данный показатель дает представление об объеме налогообложения валовой выручки от реализации).

- ◎ **уровень отдачи активов предприятия**

(данный показатель характеризует способность активов генерировать валовую (чистую) выручку от реализации).

Объем выручки от реализации продукции зависит от ряда факторов:

- ⦿ уровня реализационных цен;
- ⦿ объема реализации произведенной продукции;
- ⦿ уровня налогообложения ВВР.

Планирование (прогнозирование) выручки от реализации продукции.

- Планирование выручки от реализации **необходимо** для определения прибыли, составления оперативных финансовых планов (платежного баланса, консолидированного и функциональных бюджетов).
- Планирование выручки от реализации **подчинено главной цели** – управлению прибылью и обеспечивается системой мероприятий по расчету отдельных видов доходов.

Главными исходными предпосылками планирования являются:

- ◎ разработанная производственная программа, которая определяет объем производимой продукции (на квартал, полугодие, год);
- ◎ целевая сумма операционной прибыли;
- ◎ разработанная ценовая политика.

Этапы планирования выручки:

- ◎ анализ выручки в отчетном (предплановом) периоде;
- ◎ оценка и прогнозирование конъюнктуры товарного рынка;
- ◎ расчет плановой величины выручки; разработка мероприятий по обеспечению выполнения плана по выручке от реализации продукции.

Общая модель расчета плановой выручки от реализации продукции

$$BP = O1 + T - O2,$$

где $O1$ – остатки готовых изделий на складе и в отгрузке на начало планируемого периода (квартала, года);

T – выпуск продукции по плану предприятия в свободных оптовых ценах (с НДС и акцизами);

$O2$ – прогнозируемые остатки нереализованной продукции на складе и в отгрузке на конец расчетного периода.

Система мер по обеспечению выполнения плана по выручке от реализации продукции:

- ⦿ проведение эффективной ценовой политики, обеспечивающей формирование в достаточном объеме выручки от реализации;
- ⦿ использование благоприятной конъюнктуры товарного рынка;
- ⦿ предоставление коммерческого кредита и ценовых скидок покупателям для стимулирования реализации товаров;
- ⦿ повышение уровня сервисного (послепродажного) обслуживания покупателей;
- ⦿ развитие рекламной и информационной деятельности на товарном рынке;
- ⦿ доведение разработанных планов (бюджетов) до центров ответственности за доходы и прибыль, а также контроль за их осуществлением.

Выручка от реализации продукции направляется предприятием:

- ⦿ на возмещение материальных затрат по выпуску продукции, включая амортизационные и другие денежные расходы (например, плата за природные ресурсы);
- ⦿ на образование валового дохода (вновь созданной стоимости).

Принципы формирования ценовой политики:

- ◎ согласование данной политики с конъюнктурой товарного рынка и особенностями выбранной рыночной стратегии;
- ◎ сопряженность ценовой политики с общей политикой управления прибылью и основными целями операционной деятельности;
- ◎ активная ценовая политика на рынке товаров и услуг, что обеспечивает прочные позиции предприятия на отдельных его сегментах;
- ◎ комплексность подхода к установлению уровня цен на товары в сочетании с высоким сервисным обслуживанием покупателей;
- ◎ высокий динамизм ценовой политики обеспечивается быстротой реагирования на изменения условий внутренней и внешней среды.