

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИКИ АНАЛИЗА ВЫРУЧКИ ОТ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ (ТОВАРОВ, РАБОТ, УСЛУГ)**

**А.Д. Пранович, А.В. Давыденко, 3 курс**  
Научный руководитель – **Т.А. Езерская, к.э.н., доцент**  
**Белорусский государственный экономический университет**

В условиях устойчивого развития национальной экономики эффективность функционирования организации напрямую зависит от системы финансового анализа доходов организации. Основным источником доходов любого хозяйствующего субъекта является выручка от реализации готовой продукции (оказанных услуг, выполненных работ).

Выручка от реализации продукции – сумма денежных средств, фактически поступившая на счета предприятия в банке, в кассу предприятия, и другие поступления в оплату реализованной продукции (работ, услуг) за данный период – месяц, квартал, год. Кроме того, данный показатель оказывает прямое влияние на производственный процесс, формирование прибыли, расчетные отношения с контрагентами и общее финансовое состояние предприятия. В связи с этим выручка от реализации занимает центральное место в системе показателей, используемых при оценке устойчивости и развития бизнеса [1, с. 147].

Реализация – это хозяйственный процесс, характеризующий конечную стадию уставной деятельности организации, выступающий в виде добровольного безусловного возмездного отчуждения продукции, товаров, а также результатов выполненных работ, оказание услуг, представляющий собой совокупность хозяйственных операций по отражению доходов и расходов, возникающих в этой связи, и выявлению финансового результата [2, с. 77].

Целью анализа выручки от реализации продукции организации является нахождение путей увеличения выручки от реализации по сравнению с конкурентами, расширение доли рынка при максимальном использовании производственных мощностей, улучшения её качества, в изыскании внутренних резервов роста объёма выпуска и как результат – увеличение прибыли [3, с. 36].

По мнению Ханкевича В.К., “Основными задачами анализа выручки от реализации продукции организации являются:

- оценка динамики по основным показателям объёма, структуры и качества продукции;
- проверка сбалансированности и оптимальности бизнес-планов, плановых показателей, их напряжённости и реальности;
- выявление степени количественного влияния факторов на изменение величины объёма производства и реализации продукции;
- выявление внутривозможных резервов увеличения выпуска и реализации продукции;

– разработка мероприятий по использованию внутрихозяйственных резервов для повышения темпов роста продукции, улучшения ассортимента и качества продукции” [4, с. 303].

На макроуровне основным итоговым показателем эффективности традиционно считается чистая прибыль, однако на микроуровне именно выручка от реализации продукции (выполнения работ, оказания услуг) становится отправной точкой анализа, поскольку она определяет возможности покрытия расходов, формирования прибыли и осуществления текущей деятельности любого хозяйствующего субъекта. Выручка от реализации служит базой для расчета финансовых коэффициентов, влияет на уровень деловой активности и инвестиционную привлекательность организации. Значение выручки особенно возрастает в условиях нестабильной экономической среды, в том случае, если финансовая устойчивость субъекта предпринимательской деятельности напрямую зависит от его способности генерировать стабильные денежные потоки.

Считаем, что совершенствование методики анализа выручки предполагает её оценку в трёх ключевых аспектах:

- как объёма реализации готовой продукции (выполнения работ, оказания услуг);
- как источника доходов организации;
- как источника поступления денежных средств.

На первом этапе анализа исследуется динамика, структура и состав выручки по товарным группам, временным периодам и центрам ответственности. Следует оценить темпы роста в действующих и сопоставимых ценах, а также их соотношение, что позволит определить влияние ценовой политики и объёма реализации на общее изменение величины выручки от реализации продукции (работ, услуг). Оптимальной следует считать ситуацию, при которой темпы роста суммы выручки и прибыли опережают темпы прироста активов, что свидетельствует о повышении эффективности управления финансовыми ресурсами организации.

Анализ выручки как источника дохода по текущей деятельности позволяет оценить её роль в формировании общей суммы доходов организации. Ключевыми показателями в данном случае выступают удельный вес выручки в общей сумме доходов от текущей, инвестиционной и финансовой деятельности, коэффициент достаточности выручки от реализации продукции (работ, услуг) для покрытия расходов и уровень рентабельности. Высокий удельный вес подтверждает ориентацию хозяйствующего субъекта на текущую деятельность, а стабильность значения коэффициента достаточности указывает на эффективное управление затратами и расходами организации. Уровень рентабельности характеризует способность организации за счёт доходов от реализации продукции (работ, услуг) покрывать все текущие расходы и формировать сумму прибыли.

По мнению Ю.А. Лукаш, “В процессе проведения аналитических процедур выручки как источника денежных средств исследуется её влияние на платёжеспособность организации. Ключевым элементом является сопоставление поступлений от реализации с обязательствами и расходами, что позволяет судить о текущей финансовой устойчивости компании. Повышение выручки в сопоставимых ценах свидетельствует об усилении платёжеспособного спроса, тогда как снижение её темпов роста относительно рыночных или отраслевых показателей может указывать на снижение конкурентоспособности” [5, с.149].

Считаем, что оценка влияния величины выручки от реализации продукции (выполнения работ, оказания услуг) на уровень платёжеспособности субъекта хозяйствования должна стать обязательным этапом аналитических процедур, проводимых в процессе анализа выручки от реализации продукции (работ, услуг).

Таким образом, комплексный подход к организации аналитических процедур выручки от реализации продукции (работ, услуг) позволит более глубоко оценить финансовое состояние предприятия, выявить внутренние резервы роста и разработать эффективные меры по повышению уровня рентабельности и финансовой устойчивости организации. Внедрение усовершенствованной методики анализа способствует принятию обоснованных управленческих решений, повышению качества стратегического планирования и оптимизации бизнес-процессов в условиях усиления конкурентной среды и санкционного влияния.

#### **Список использованных источников**

1. Киреева, Н. В. Экономический и финансовый анализ : учебное пособие / Н.В. Киреева. – Москва : ИНФРА-М, 2024. – 293 с.

2. Кундакова, Л. Р. Авторегрессионные модели прогнозирования выручки от реализации продукции / Л. Р. Кундакова // Вестник КазЭУ. – 2023. – № 3(104). – С. 76-85.

3. Пивоварова, Т. Е. Выручка от реализации продукции как объект управления на предприятии / Т. Е. Пивоварова // Молодежь и научно-технический прогресс : Международная научно-практическая конференция студентов, аспирантов и молодых ученых, Старый оскол, 10 апреля 2024 года. Том 2. – Старый оскол: Общество с ограниченной ответственностью «Ассистент плюс», 2024. – С. 360-362.

4. Ханкевич, В. К. Методологические подходы в определении выручки от реализации в различных аспектах ведения учета / В. К. Ханкевич // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость : материалы XVII Международной научно-практической конференции, Минск, 16 мая 2024 года. – Минск: Общество с ограниченной ответственностью «Колорград», 2024. – С. 303-304.

5. Лукаш, Ю. А. Анализ финансовой устойчивости коммерческой организации и пути ее повышения : учебная пособие / Ю. А. Лукаш. – 3-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2024. – 279 с.