

УДК 338.514

О. В. Митляй,

здобувач кафедри фінансів і кредиту, Уманський національний університет садівництва

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РЕАЛІЗАЦІЇ ЯК ЗАКЛЮЧНОГО ЕТАПУ ПРОЦЕСУ ВИРОБНИЦТВА

У статті розкрито сутність реалізації як заключного етапу виробництва, розглянуто економічну сутність ринку сільськогосподарської продукції.

In the article essence of realization as final stage of production is exposed and economic essence of market of agricultural produce is considered.

Ключові слова: реалізація, ринок, сільськогосподарська продукція, кругообіг виробництва.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Процес виробництва підприємство завершує доведенням продукції до споживача. Реалізація є заключною стадією кругообігу виробництва і є його найважливішим показником. На основі руху товарів і грошей складаються економічні відносини між постачальниками, посередниками і покупцями. Для підприємства-виробника реалізація продукції свідчить, що вона за своїми споживчими властивостями, якістю, асортимента відповідає суспільному попиту і задовольняє потреби покупців. У процесі реалізації відшкодовуються в грошовій формі авансовані кошти на виробництво і збут продукції, тим самим завершується повний цикл кругообігу.

Ринок сільськогосподарської продукції — це складне та багатогранне явище, яке, маючи свої специфічні риси, різниться від ринків інших видів продукції. Складність ситуації в процесі реалізації сільськогосподарської продукції полягає в тому, що здебільшого ціни на неї встановлюються не виробником (виходячи з фактичної собівартості), а споживачами (заготівельними пунктами, трейдерами, посередниками тощо), що в умовах ринкових відносин є неприпустимим. Успішна діяльність суб'єктів господарювання аграрної сфери великою мірою залежить від теоретичного обґрунтування сутності економічних категорій в цілому та реалізації зокрема.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить, що дослідженнями, пов'язаними із визначенням сутності реалізації як економічної категорії, займається багато вчених і практиків, зокрема: Р. Ентоні [2], Л. Бернстайн [3], Е. Хендриксен [4], Ю. І. Ляшенко [5], Н. М. Бабченко [6], П.А. Сук [8]. В опублікованих наукових працях українських вчених остаточно не окреслена сутність

категорії "реалізація", особливо за ринкових умов та фінансової кризи. А також в економічній літературі існує багато точок зору з приводу економічної сутності ринку продукції.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Мета статті — дослідити сутність реалізації як заключного етапу процесу виробництва та узагальнити теоретичні основи категорії "ринок" в контексті сучасних економічних уявлень і підходів вчених на нинішньому етапі розвитку економічної теорії.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Результатом процесу реалізації є суспільна корисність виробленого продукту, його відповідність вимогам покупця, замовника або ринку. Шляхом зіставлення доходів і витрат підприємства визначається фінансовий результат. Реалізація продукції, товарів, робіт, послуг є найважливішим джерелом доходів підприємства, оскільки формує прибуткову частину бюджету держави.

У момент реалізації створений у виробництві продукт знаходить остаточне підтвердження своєї суспільної необхідності, оскільки тільки в процесі споживання можуть бути визначені споживчі його властивості, створені у процесі виробництва.

Процес реалізації дає змогу вирішити протиріччя між абстрактною і конкретною працею та одночасно між вартістю і споживчою вартістю як продуктами цих двох категорій праці. Умовою реалізації є відповідність споживчій вартості вимогам, які пред'являються до товару. За її відсутності суперечності між вартістю і споживчою вартістю проявляються у вигляді нереалізованих товарів, оскільки витрачена на їх виробництво праця не



Рис. 1. Кругообіг грошових коштів у процесі господарської діяльності

визнана суспільством необхідною, що породжує суперечність між виробництвом і споживанням. У цьому сенсі реалізація виступає як обов'язкова умова виробництва.

Динамічний розвиток суспільства неможливий за відсутності зв'язку між виробництвом і споживанням. Товарний характер виробництва зумовлюється законом вартості. Основним змістом цього закону є еквівалентність обміну. Товарні стосунки, обмін продукцією здійснюються через купівлю і продаж. Для цього необхідні чіткий облік попиту і пропозиції, організація ринку. Основним регулятором обсягу виробництва продукції (товарів) є споживчий попит — задоволення потреб держави в цілому, його галузей, підприємств, окремих громадян.

Складовою процесу виробництва є предмети праці, які виступають у вигляді оборотних засобів сфери виробництва і сфери обігу. Кругообіг оборотних засобів — це безперервний процес обороту коштів у процесі виробництва. Він виникає в поєднанні оборотних засобів сфери виробництва за умови, коли одні перетворюються на джерело формування інших, а ті, в свою чергу, стають обов'язковою умовою існування перших (рис. 1).

Успішне функціонування суб'єктів господарювання можливе за умови наявності грошових коштів. Вони спрямовуються на придбання матеріалів, сировини, конструкцій, деталей, оплату праці найманих працівників, придбання основних засобів, які беруть участь у виробничому процесі. Результатом будь-якої виробничої діяльності є виготовлення продукції для подальшої її реалізації. Отримана виручка від реалізації є передумовою для початку нового кругообігу виробництва.

Єдиного визначення поняття "реалізація" у сучасній літературі не існує. Вчені розглядають різні аспекти цього поняття і трактують "процес реалізації" по-різному (рис. 2.)

Використовуючи в концепції реалізації поняття доходу, Р. Ентоні та Дж. Ріс визначають реалізацію як "суму доходу, яка повинна бути отримана від продажу" [1].

Американський вчений А. Бернстайн наводить таке визначення реалізації: це процес переводу не грошових ресурсів і прав у грошове вираження. Отже, пов'язані з ним терміни "реалізований" або "нереалізований" визначають виручку (або прибуток) чи збиток від проданих і відповідно непроданих активів [2].

Своє бачення категорії "реалізація" мають Е.С. Хендріксен і М.Ф. Ван Бред, які стверджують, що реалізація — це відображення доходу, коли

відбулися обмін або вибуття продукту. Тобто коли товари й послуги передані покупцеві або клієнту, зумовлюючи або одержання грошей, чи право на одержання грошей та інших активів [3].

За економічним змістом сутність категорії "реалізація продукції" характеризується кінцевим результатом роботи підприємства, виконання ним обов'язків перед споживачами та ступенем участі в задоволенні потреб ринку тощо.

Результати дослідження щодо цієї категорії, здійснені вітчизняними вченими П. Лайком та Ю. Ляшенком свідчать про те, що "реалізація продукції — це кінцева стадія кругообігу засобів підприємства, яка вказує на завершення процесу виробництва й доведення продукції до споживача. Рух товарів і коштів створює основу економічних відносин між постачальниками, посередниками та покупцями. Для підприємства-виробника реалізація продукції є свідченням того, що вона за споживчими властивостями, якістю й асортиментом відповідає суспільному попиту й потребам покупців" [4].

Іншої інтерпретації притримується Н. Бабченко, який стверджує, що реалізація — це невизначений акт, неодноразова операція. Це — процес, який розтягується у часі на тривалий термін. Процес реалізації охоплює велику кількість господарських операцій, пов'язаних зі збутом і продажем продукції [5].

Реалізація продукції окремого підприємства, як зазначає О. Бірюкова, — це передусім відчуження активів, що належать підприємству, завдяки їх продажу з метою відтворення використаних засобів підприємства та отримання прибутку для задоволення різноманітних потреб підприємства та його власників [6].

Сам же процес реалізації, як відмічає П.А. Сук, являє собою сукупність операцій з продажу готової продукції, виконаних робіт і наданих послуг споживачам. Процес реалізації завершує кругообіг засобів та створює передумови для здійснення нового кругообігу. Тут відбувається передача готової продукції споживачам, одержання оплати від них, виявлення результату діяльності [7].

На нашу думку, реалізація для підприємства — це відчуження продукту своєї праці шляхом продажу його з метою задоволення потреб суспільства і розширеного відтворення підприємства. Відшкодовуються авансовані у виробництво товару засоби що виділяються за рахунок знову створеної вартості засобу на розширення виробництва, створюється фонд зарплати, задовольняються інші потреби підприємства. При цьому важлива зміна форми продукту: товарної на грошову. Акт реалізації виступає як відшкодування витрат вартісної форми. Процес реалізації — це сукупність операцій по реалізації виробленої продукції покупцям. Продукція продається за діючими реалізаційними цінами і складає дохід (виручку) від реалізації. Дохід нараховується одночасно з нарахуванням заборгованості покупців і замовників. Він зменшується на суму непрямих податків — які



Рис. 2. Основні концепції економічної сутності процесу реалізації

включені в ціну реалізації — податку на додану вартість і акцизний збір (для виробників підакцизної продукції).

У процесі реалізації виникає суперечність між споживчою і міною вартістю. Товаровиробники зацікавлені в отриманні прибутку як міри і джерела не тільки розширеного виробництва, але і матеріального стимулювання та здатності реалізувати мінову вартість.

Оскільки колективні товаровиробники не можуть задовольнити свої інтереси лише за рахунок власної продукції, що має одну споживчу вартість, це викликає необхідність змінити її натуральну форму на грошову, через яку є можливість набути необхідну споживчу вартість. Грошову ж форму товару можна отримати лише в процесі реалізації.

При реалізації продукції в масштабах суспільства відбувається відшкодування окремих частин суспільного продукту. Причому це відшкодування має бути як у вартісній, так і в натуральній формі. Сутність реалізації продукції окремого підприємства полягає не в заміні частин суспільного продукту. У цьому розумінні для реалізації продукції не має значення матеріальна форма продукту.

Ринок сільськогосподарської продукції як економічна категорія виражає сукупність відношень з приводу обміну, за допомогою яких здійснюється купівля-продаж сільськогосподарських товарів. Ринок завжди представлений парним співвідношенням "продавець — покупець", які в перетвореній формі виражають внутрішні зв'язки і суперечності між виробниками і споживачами. Вони виявляються у сфері обміну як суперечність між попитом і пропозицією.

Ринок — це сукупність економічних відносин між фізичними і юридичними особами (промисловими, торговельними компаніями, корпораціями, банками), а також між державами і національними органами, міжнародними фінансово-кредитними інститутами щодо купівлі-продажу різноманітних товарів і послуг відповідно до законів товарного виробництва.

На нашу думку, реалізація, як момент відтворення на рівні підприємства є заключною стадією в кругообігу процесу виробництва підприємства. На цій стадії з'ясовуються основні показники роботи підприємства: витрати виробництва порівнюються з грошовою виручкою за продукцію і визначається кінцевий результат. Теорія реалізації як центральний момент теорії відтворення служить методологічною основою аналізу ринку.

ВИСНОВКИ

Отже, можна зробити висновок, що процес реалізації в умовах ринку займає центральне місце у виробничій діяльності підприємства. Адже важливо не тільки виростити і прибрати урожай, але і зберегти його, підготувати до реалізації і доставити споживачеві. Тому від організованого процесу збуту продукції багато в чому залежать кінцеві результати сільськогосподарського виробництва.

Літератури:

1. Энтони Р. Учет: Ситуации и примеры / Энтони Р., Рис Дж.: пер. с англ. — М.: Финансы и статистика, 1993. — С. 45.
2. Бернстайн Л.А. Анализ финансовой отчетности / Бернстайн Л.А.; пер. с англ. — М.: Финансы и статистика, 1996. — С. 44.
3. Хендриксен Э. Теория бухгалтерского учета / Э. Хендриксен, М.Ф. Ван Бреда. — М.: Финансы и статистика, 1997. — 574 с.
4. Лайко П.А. Финанси АПК: [навч. посіб.] / П.А. Лайко, Ю.І. Ляшенко. — К.: ДІА, 2000. — 225 с.
5. Бабченко Н.М. Визнання моменту реалізації / Н.М. Бабченко // Економіка АПК. — 2005. — № 3. — С. 83—86.
6. Бірюкова О. Облік реалізації готової продукції / О. Бірюкова // Бухгалтерія у сільському господарстві. — 2004. — № 19. — С. 6—7.
7. Сук П.Л. Облік виробництва і реалізації сільськогосподарської продукції в умовах ринку: методологія і практика / Сук П.Л. — К.: НАУ, 2007. — 330 с.

Стаття надійшла до редакції 03.12.2011 р.