

УДК 338.5

Криулин Виктор Александрович, кандидат экономических наук, заведующий кафедрой экономики факультета экономики и менеджмента ФГБОУ ВО КГУ

e-mail: economica@kursksu.ru

Алехина Анастасия Валерьевна, студентка 2 курса, факультета экономики и менеджмента ФГБОУ ВО КГУ

e-mail: alexina.98@mail.ru

ОЦЕНКА СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ И ЕЁ ВЛИЯНИЕ НА ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация: в публикации представлены теоретические и практические аспекты оценки уровня себестоимости продукции предприятия и её влияние на финансовые результаты его функционирования.

Ключевые слова: себестоимость, затраты, финансовые результаты, анализ.

Kriulin Victor Aleksandrovich, Candidate of Economic Sciences, the head of the department of economy of faculty of economy and management FGBOU IN KGU

e-mail: economica@kursksu.ru

Alekhina Anastasia Valeryevna, the student 2 course, faculty of economy and FGBOU'S management IN KGU

e-mail: alexina.98@mail.ru

ESTIMATION OF COST OF PRODUCTION AND ITS IMPACT ON THE FINANCIAL RESULTS OF THE COMPANY

Abstract: the paper presents theoretical and practical aspects of assessing the level of production costs of the enterprise and its impact on the financial results of its operation.

Key words: cost, costs, financial results and analysis.

В современных рыночных условиях повышение эффективности производства и максимизация прибыли считаются основной целью компании. Без эффективного управления затратами и реализацией готовой продукции, невозможно достижение высоких результатов деятельности организации. В процессе хозяйственной деятельности организация осуществляет материальные, трудовые и финансовые издержки. Выраженные в денежной форме, эти издержки называются себестоимостью. Себестоимость входит в число наиболее важных показателей эффективности хозяйственной деятельности. Она служит основой самоокупаемости и представляет собой затраты компании на производство и обращение.

Анализ себестоимости позволяет дать общую оценку эффективности использования ресурсов и найти резервы увеличения прибыли, так как себестоимость считается основным ценообразующим фактором. Решение проблемы уменьшения себестоимости товара напрямую взаимосвязано с повышением эффективности предприятия. Обобщающим показателем эффективности производства считается рентабельность, которая обозначает прибыльность предприятия [1].

Одним из наиболее важных институтов экономического управления организаций является изучение себестоимости выпускаемой продукции. Данное понятие имеет несколько определений, в зависимости от сферы ее применения. Себестоимость выражается в стоимостной форме, это значит, что в нее входят затраты на предметы труда и потребленные средства, оплату услуг и заработную плату, реализацию продукции. Так как затраты связаны с формированием налоговой базы и необходимостью различать их по источникам возмещения, определенный состав затрат установлен законодательно. Себестоимость про-

дукции тесно связана с факультативным элементом налога и налогообложения – налоговой льготой, тем самым воздействуя на финансовую деятельность со стороны государства. Себестоимость как экономическая категория отражает форму возмещения потребляемых факторов производства; величину текущих производственных затрат, которые носят некапитальный производственный характер и обеспечивают процесс простого воспроизводства на предприятии. Ее уровень позволяет определить объем прибыли, рентабельность продукции на капитал и другие итоговые показатели финансово-экономической деятельности организации. Исчисление себестоимости осуществляется с помощью калькулирования. Калькулирование – представляет собой объем всех способов группировки затрат и определения производственной и полной себестоимости всей продукции и отдельных ее видов.

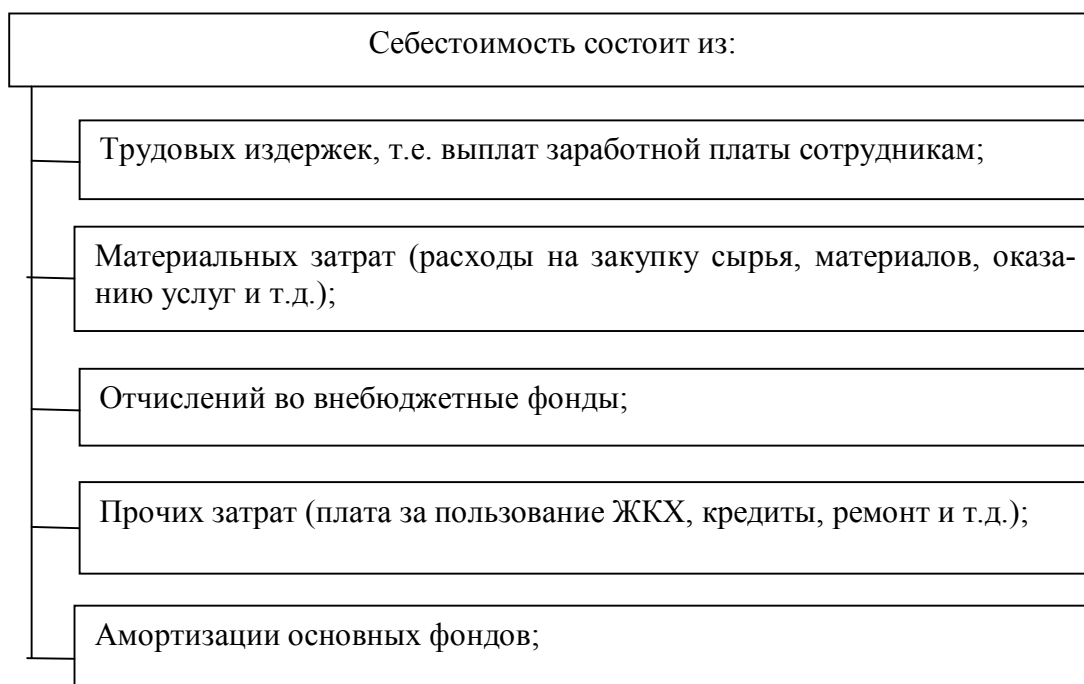


Рисунок 1 - Структура себестоимости

Себестоимость как экономическая категория выполняет ряд функций [2]:

- учет и контроль всех затрат предприятий;
- формирование оптовой цены и определение прибыли и рентабельности;
- текущий контроль и расширение деятельности предприятия;
- определение оптимальных размеров предприятия;

- экономическая аргументация и принятие любых организационных решений.

Себестоимость продукции имеет несколько видов. Цеховая себестоимость – представляет собой затраты цеха, используемые на реализацию продукции. Производственная себестоимость, включающая производственные и общехозяйственные расходы. Полная себестоимость – это выражение совокупности всех затрат на производство продукции и ее реализацию. Она состоит из коммерческих расходов (расходы на упаковку и транспортировку, а также другие прочие расходы) и из производственной себестоимости. Выделяют индивидуальную и среднеотраслевую себестоимость. Индивидуальная себестоимость – состоит из затрат, которые обусловлены конкретными условиями, в которых предприятие. Среднеотраслевая себестоимость определяет средние затраты на единицу продукции по определенной отрасли [3].

Рассмотрим показатели деятельности предприятия АО «КОНТИ-РУС»

Таблица 1 - Показатели деятельности предприятия

Наименование	Годы			Абсолютное отклонение, руб.		Прирост, %	
	2014	2015	2016	2015-2014 гг.	2016-2015 гг.	2015/2014 гг.	2016/2015 гг.
Выручка	12007870	11862425	11719262	-145445	-143163	-1,3	-1,3
Себестоимость	7516282	7389320	7825287	-126962	435967	-1,7	5,8
Прибыль	2030954	2160562	1183573	129608	-976989	6,3	-45,3

Мы наглядно наблюдаем незначительное снижение выручки предприятия с каждым годом, это обусловлено снижением выпуска продукции, улучшением качества продукции. Себестоимость увеличилась. На повышение себестоимости повлияло повышение цен на товароматериальные ценности, сырье, в связи с постоянным обновлением, усовершенствованием процесса производства. Это и стало причиной снижения прибыльности предприятия. Соответственно ниже рассчитанная рентабельность обобщает результаты эффективности производства.

Таким образом, делаем вывод, что величина рентабельности продаж АО «КОНТИ-РУС» находится в прямой зависимости от структуры капитала пред-

приятия. Нужно учитывать, что чем меньше величина платы за заемные средства (задолженность), меньше рентабельность. Причинами снижения рентабельности могут служить договорные сметы на строительные-монтажные работы, инфляция, повышение цен на расходные материалы.

Согласно первой модели рентабельность продаж в 2016 году сократилась на 6,8 % под воздействием следующих факторов [2]:

- за счёт увеличения себестоимости продаж на 309005 тыс. руб., или на 4 %, рентабельность продаж упала на 1 %;
- сокращение выручки на 2,4 % привело к снижению результативного показателя на 3,72;
- рост коммерческих расходов на 201181 тыс. руб. или на 8,6 %, также негативно отразился на показателе рентабельности продаж, вызвав его сокращение на 3,45 %;
- роста управленческих расходов привёл к увеличению рентабельности на 0,05 %.

Таблица 2 - Оценка влияния факторов на результативный показатель – рентабельность продаж

Наименование влияющего фактора	Действие фактора		
	2015 г. (сравнение 2015 с 2014 годом)	2016 г. (сравнение 2016 с 2015 годом)	За период 2014-2016 гг.
Первая модель – разложение на факторы			
Выручка от продажи	-1,02	-1,0	0,02
Себестоимость продаж	1,07	-3,72	-4,79
Коммерческие расходы	1,71	-3,45	-5,16
Управленческие расходы	-0,46	0,05	0,51
Совокупное влияние	-1,3	-8,12	-6,82
Вторая модель – использование коэффициентов			
Коэффициент производственных затрат	0,08	-1,9	-1,82
Коэффициент коммерческих затрат	-1,4	2,1	0,7
Коэффициент управленческих затрат	0,6	-0,2	0,4
Совокупное влияние	-0,72	0	-0,72

Вторая модель формирует следующие результаты – за 2015 год коэффициенты затрат имели как положительное, так и отрицательное значение. Силь-

нее всего оказывал влияние коэффициент коммерческих затрат уменьшая показатель рентабельности на 1,4 %, а меньше всех – коэффициент управленческих затрат. В 2016 году ситуация немного изменилась – коэффициент производственных затрат стал оказывать существенное влияние на рост результативного показателя.

Таким образом, делаем вывод, что себестоимость показывает, во что обходится предприятию выпускаемая продукция, сколько можно заработать на продаже или какую «накрутку» сделать сверх себестоимости, то есть она является основой ценообразования. Влияние изменения себестоимости дает изменение рентабельности за период. Чем больше разница между ценой и себестоимостью единицы продукции, тем выше прибыль и уровень рентабельности [3].

В целом, можно сделать следующий вывод о понятии себестоимости. Наиболее широко данное понятие раскрывается в экономической теории и теории бухгалтерского учета, исчисление себестоимости единицы продукции осуществляется путем калькулирования, относится к числу важных показателей хозяйственной деятельности организаций, является основой определения цен на продукцию, снижение себестоимости является эффективным способом улучшения производства.

Список источников:

1. Аминева С. А. Влияние методик калькулирования на формирование себестоимости готовой продукции // Молодой ученый . – 2017. - №13. С.33-37
2. Новосельский С.О. Оценка развития малого и среднего предпринимательства в РФ: международный аспект / С.О. Новосельский, М.В. Макин, О.В. Пшеничникова, В.И.Садыкова // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2016. - №8.ч.2. – С.121-125
3. Новосельский С.О. Российский рынок банковского кредитования: современное состояние и перспективы развития / С.О. Новосельский, Э.Р. Шамилова, Е.А. Ашуркова, О.М. Рождественская // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2017. - №5.ч.6. – С.58-64.