

УДК 657

Н.Т. Эльгайтарова, Х.А. Каракетова

Северо-Кавказская государственная академия, Карачаево-Черкесская Республика,
Черкесск, email: elgaytarova.nargiz@mail.ru, lapatusik123k@gmail.com

ПУТИ СНИЖЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ, СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОДУКЦИИ КАК ОСНОВНОЙ ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ КОМПАНИИ

Ключевые слова: себестоимость продукции, способы снижения себестоимости, факторы снижения себестоимости, издержки, затраты, материалы, продукция, производство, заработная плата, цена, рентабельность.

Данная статья посвящена рассмотрению себестоимости продукции как одного из основных показателей, оказывающих влияние на прибыльность и финансовую устойчивость предприятия, а также способов снижения себестоимости продукции и их влияния на состояние компании в целом. В ней дается краткое, но довольно содержательное определение понятия затрат, а также их классификация и описываются способы, которые могут помочь их снизить, описываются важнейшие функции себестоимости, что в совокупности дает достаточно прочную базу для выявления основных факторов, оказывающих влияние на рассматриваемый показатель. Статья также охватывает особенности учета затрат и их исчисления на основную и дополнительную продукцию определенные на основе метода исключения и распределения затрат в сложных производственных условиях.

N. T. Elgaitarova, H. A. Karaketova

North Caucasus State Academy, Karachay-Cherkess Republic, Cherkessk,
email: elgaytarova.nargiz@mail.ru, lapatusik123k@gmail.com

WAYS TO REDUCE THE COST OF PRODUCTION COST AS THE MAIN FACTOR OF PROFIT FORMATION AND ITS IMPACT ON THE STATE OF THE COMPANY

Keywords: cost of production, ways to reduce cost, cost reduction factors, costs, costs, materials, products, production, wages, price, profitability.

This article is devoted to the consideration of the cost of production as one of the main indicators affecting the profitability and financial stability of the enterprise, as well as ways to reduce the cost of production and their impact on the state of the company as a whole. It gives a brief but rather meaningful definition of the concept of costs, as well as their classification and describes ways that can help reduce them, describes the most important cost functions, which together provides a fairly solid basis for identifying the main factors influencing the indicator under consideration. The article also covers the features of cost accounting and their calculation for the main and additional products determined on the basis of the method of exclusion and distribution of costs in difficult production conditions.

На сегодняшний день экономика нашей страны представляет собой сложный полиэлементный организм. В современной экономике рынок представляет собой систему процессов и процедур, обеспечивающих обмен между покупателями и продавцами определенных товаров и услуг. Важной величиной такой системы является количество производителей и потребителей, участвующих в общем обмене, а также моделировании стоимости продукта. Основным понятием рыночных отношений является такой термин как конкуренция.

Конкуренция – это своего рода борьба, проводимая субъектом рыночных

отношений за наилучшие условия и результаты предпринимательской деятельности. Движущим импульсом участника таких отношений в конкурентной борьбе является желание превзойти других. В свою очередь, конкуренция – это совокупность действий, направленных на поддержание и увеличение удельного веса предприятия в структуре рассматриваемого сегмента рынка.

С каждым годом все сильнее растет конкуренция на рынке товаров и услуг, что заставляет его участников бороться за свое место на нем. В первую очередь, это связано с ростом глобализации, вхождением иностранных производителей

лей на национальные рынки, рост потребностей общества, а также демонополизация экономики и т. д.. На фоне этих событий более успешными считаются те производители, которые используют эффективную рекламную политику, имеют высококвалифицированный персонал, грамотно подходят к использованию ресурсов на производство своего предмета рыночных отношений, а также умеют своевременно и результативно применять новые технологии производства т. е. компания должна быть достаточно гибкой, чтобы подстраиваться под любые изменения на рынке.

Конкуренция как экономическое явление имеет и положительные стороны, так как является одним из основных инструментов оздоровления рынка. С ее помощью повышается качество жизни вследствие более ускоренного развития науки и технологий, увеличивается качество производимой продукции, регулируются цены. Следует отметить, что наиболее распространенным приемом для увеличения спроса является снижение цен, путь к которому лежит именно через себестоимость, как основной фактор ее составляющий.

На данный момент существует большое разнообразие определений такого понятия как «себестоимость», например, в финансовом словаре «Финанс»: «Себестоимость продукции – совокупность прямых издержек, связанных с производством изделия; все виды затрат, понесенных при производстве и реализации определенного вида продукции».

Основной целью любой организации является максимизация прибыли. В связи с этим предусмотрен целый ряд допустимых методов для достижения поставленной цели, главным из которых является увеличение отпускной стоимости продукта.

Итак, для достижения определенной точности необходимо сразу определить, что себестоимость – это стоимостная оценка текущих затрат, фактическая первоначальная стоимость трудовых и денежных ресурсов на производство и реализацию продукции, денежная сумма или ее эквивалент, начисленная при производстве или уплаченная при приобретении объекта (или при учете кредиторской задолженности). В нее

входят прямые затраты: на оплату труда административно-управленческого аппарата, амортизация, арендная плата и т. д., и переменные затраты, а именно: расходы на сырье и материалы, оплату труда рабочих, транспортные расходы, на топливо и энергию необходимую для производства и прочие аналогичные расходы.

Под влиянием различных факторов формируется структура затрат, характеризующая себестоимость: характер производимой продукции и потребляемых материалов и сырья, технический уровень производства, материалоемкость и уровень оснащенности необходимым оборудованием, его новизна, формы его организации и размещения, условия снабжения и сбыта, продукты и т. д. Она создается непосредственно в самой организацией.

Необходимо отметить, что себестоимость одного и того же типа продукта на разных предприятиях может быть неодинакова, так как она отображает персональные расходы и условия производства, конкретные результаты хозяйствования индивидуального производственного коллектива. Коэффициент себестоимости обладает особой значимостью, с помощью него компания устанавливает результативность использования всех видов ресурсов, а также он считается одним из ценообразующих факторов и выступает как один из показателей конкурентоспособности продукта.

Кроме того, как экономическая категория себестоимость выполняет ряд специальных функций, в частности она:

- позволяет контролировать и вести учет затрат, связанных с реализацией и выпуском продукции;
- выступает надежной основой для формирования оптовой цены продукции, а также для расчета рентабельности и прибыли;
- позволяет обосновать рациональность инвестиций на техническое перевооружение, реконструкцию и непосредственно на развитие предприятия.

Так как основным вопросом волнующим предприятие является высокая конкурентоспособность, то для увеличения интереса со стороны потребителей представляется необходимым уменьшение цены на перечень торгуемой продук-

ции и одновременно с тем увеличение качества товаров, также следует дать возможность осуществлять дегустацию реализуемой продукции для повышения доверия покупателей. Из вышеизложенного следует, что вариант повышения отпускной цены на продукт не считается преимущественным. Стоимость на любой продукт формируется под воздействием рыночных механизмов, в случае их увеличения потребители имеют все шансы уйти к конкурентам. Опираясь на это можно сделать вывод, что правильным и выгодным является снижение себестоимости продукта, т. е. сокращение расходов с целью увеличения прибыльности компании, однако не следует забывать, что рассматриваемый процесс должен проводиться грамотно.

Несмотря на важность затрат, каждая компания старается их сократить. При их сокращении организация ставит перед собой следующие цели:

1. Мониторинг деятельности каждого элемента с финансовой точки зрения;
2. Повышение производительности управленческого аппарата, выражается в быстром принятии эффективных и правильных решений;
3. Обладание реальной и проверенной информацией для учета при составлении бюджета организации;
4. Использование гибких цен, позволяющих дополнительно увеличить мощность организации и способствующих созданию резервного капитала;
5. Владение важной информацией о рыночной цене вашего товара и о товарах-конкурентах;
6. Организовать выпуск качественной продукции по более низкой цене с меньшими затратами

Наибольшие резервы повышения прибыли обнаруживают в снижении уровня расходов, так как рост цен на продукцию, увеличение объемов изготовления также реализации продукта – все это без исключения имеет временный успех в повышении доходов организации. Резервы снижения себестоимости производства необходимо обнаружить в ходе рассмотрения каждой из статей затрат.

Экономия расходов можно получить за счет конкретных мероприятий. Основными факторами снижения себестоимости продукции являются: усо-

вершенствование организации работы, увеличение объема производства и изменение структуры товарной продукции.

Наиболее быстрыми путями достижения поставленной цели на предприятии являются следующие:

1. Экономия сырья и материалов. Важнейшим показателем экономии материальных ресурсов является снижение материалоемкости изделия, которое характеризуется долей материальных затрат в себестоимости единицы продукции.

Обычно, с повышением уровня проектирования и разработок, компания освоила производство более совершенных изделий, которые имеют небольшие габариты и вес, сохраняя при этом или улучшая технические характеристики. Важным резервом экономии материальных ресурсов является качество поставляемого сырья, полуфабрикатов и т.д. Он должен соответствовать требованиям, указанным в договоре поставки.

Наиболее эффективный путь оптимизации по этой статье – это сотрудничество с более крупными компаниями. Необходимо пересмотреть поставщиков, для того чтобы выбрать тех, которые предложат наиболее низкие цены.

2. Оптимизация затрат на транспорт, коммуникацию и электроэнергию. Необходимо проанализировать, возможно ли уменьшить затраты на транспорт. Для сокращения затрат на коммуникацию нужно снизить количество работников, которые пользуются мобильной связью, оплачиваемой предприятием. Ограничение интернет-доступа и поиск крупного телекоммуникационного оператора для договора о пакетном обслуживании снизят затраты на коммуникацию. Снизить расходы на электроэнергию помогут контроль расхода энергии и переход на энергосберегающее освещение и оборудование – это будет являться основным резервом увеличения производства.

3. Резервы экономии накладных расходов можно выявить за счет разумного сокращения аппарата управления, от сокращения потерь от порчи материалов и готовой продукции, оплаты простоев и др. Основными причинами брака являются недобросовестное отношение рабочих и исполнителей к своим обязан-

ностям, несоблюдение технологии, неправильное использование материалов, низкое качество работ и нерегулярное производство. Необходимо ввести в работу систему материального стимулирования и штрафов. Введение штрафов эффективно с двух точек зрения:

– Это дополнительный стимул для качественной работы. Опасаясь быть оштрафованными, сотрудники будут более тщательно следить за качеством своей работы. Очень важно применять эту политику стимулирования, чтобы четко определить размер штрафных санкций. Штраф не должен быть слишком маленьким, потому что он не будет значительным для сотрудников. Она не должна быть слишком большой (например, вся зарплата), иначе эта санкция приведет к увольнению сотрудников. Наказание за брак должно быть соизмеримо с суммой ущерба.

– С экономической и юридической точки зрения это правильно. Сотрудники должны возместить ущерб, причиненный компании их непрофессионализмом. При такой политике вред для брака стремится к нулю. Если производственный дефект вызван виной работника, то стоимость дефектного изделия должна быть списана с работника.

Существует огромное количество способов снизить себестоимость, но в любом случае предприниматель, решивший ее снизить, должен понимать, что это дело не одного дня, а также, что в этот процесс придется вовлекать все производство.

Одним из способов снижения издержек является повышение производительности труда. Он показывает, какой объем работы выполняет каждый сотрудник в единицу времени. Зачастую коллектив не заинтересован в быстром и качественном выполнении своих функций, в этом смысле перед руководителем стоит очень сложная задача – мотивировать сотрудников на выполнение работы в кратчайшие сроки. Для этого необходимо провести определенные мероприятия по склонению сотрудников к профессиональному выполнению работ, повысить уровень их квалификации, либо предложить материальное поощрение, изменить систему оплаты труда. Результатом может стать появление прямой зависи-

мости размера оплаты труда не только от объема выполненных работ, но и от их качества.

Все методы мотивации сотрудников делятся на две группы – материальные и нематериальные.

Материальная мотивация – это деньги, которые сотрудники получают от своей работы. Включает в себя постоянную часть и переменную часть. Постоянная часть предусмотрена контрактом – это зарплата, а переменная часть зависит от производительности сотрудника. К этой группе мотивационных методов можно отнести:

1) Проценты или комиссионные. Процент от стоимости продаж товаров или услуг, полученных работником от него. Этот вариант может быть использован в сочетании с постоянной зарплатой или постоянным окладом. Во втором случае вся зарплата сотрудника складывается из комиссионных.

2) Награды за достижение целей. Когда сотрудник выполняет задачи эффективно или даже превышает целевой стандарт, ему будут платить. Например, он выполняет задачи быстрее, чем планировалось, или экономит ресурсы компании.

3) Бонусы за ценность сотрудника. Не рекомендуется платить экспертам с уникальными навыками или особо важным экспертам, которые покидают компанию.

Невидимая мотивация – это разновидность методов, которая не имеет никакого отношения к заработной плате, включая все, что сотрудники получают от компании, кроме заработной платы. Показатели нематериальной мотивации также могут быть материальными – например, когда компания предоставляет бесплатный обед.

Эти меры либо разработаны по умолчанию для всех сотрудников компании, либо в качестве вознаграждения за хорошую работу. Примеры методов нематериального стимулирования:

1) Социальное обеспечение и социальное обеспечение – медицинская страховка, питание, транспортная работа;

2) Проводить обучение и участвовать в профессиональных встречах за счет компании;

3) Помощь в переезде;

4) Возможность путешествовать во время работы в разных филиалах компании;

5) Модернизация рабочего места;

6) Комитет по корпоративным наградам и почетным званиям;

7) Корпоративные мероприятия – например, участие в соревнованиях или совместные поездки в отпуск.

При этом необходимо понимать, что компания не может бездумно взять любой понравившийся метод и начать его использовать, потому что как минимум стоит учесть хотя бы условия их применения. Например, индивидуальные особенности своего персонала, ведь у каждого из них свои интересы и приоритеты, а, следовательно, то, что может стать ощутимым толчком для одних, будет просто проигнорировано остальными и т. д. Рекомендуется переходить на новую систему мотивации постепенно, так чтобы работники привыкли, материальные поощрения должны формироваться в соответствии с интересами компании для более эффективной работы сотрудников и направления их деятельности в нужное русло. Так же следует менять показатели премирования и комбинации групп методов каждые 3 месяца и т. д.

Таким образом, грамотное использование такого инструмента как мотивация приведет к тому, что каждый сотрудник будет стремиться сделать как можно больше работы в лучшем виде, т. е. объем и качество будут идти неразрывно друг с другом.

Еще один способ сократить расходы – придерживаться режима экономии компании. Этот процесс будет включать все этапы производства. Необходимо рассчитать, где и сколько денег можно сэкономить без риска ухудшения качества.

Сокращение производственных затрат может быть достигнуто с правильными партнерами. Тем не менее, необходимо ответственно отнестись к этому решению, поскольку оно может повлиять на будущее организации. Необходимо обращать внимание на их географическое положение и отдавать предпочтение поставщикам, которые находятся достаточно близко к вашему производству. Это экономит транспортные расходы и при этом никак не влияет на качество.

Так же снижение себестоимости продукции может быть достигнуто за счет правильных партнеров. То есть необходимо ответственно подойти к этому решению, так как оно может сказаться на будущем организации. Необходимо обращать внимание на их географическое положение и отдавать предпочтение поставщикам, которые находятся достаточно близко к вашему производству. Это позволит сэкономить на транспортных расходах, и при этом никак не повлияет на качество

Для того, чтобы предельно уменьшить первоначальную стоимость продукта, следует уменьшить расходы на те статьи калькуляции, которые имеют наибольший вес в составе себестоимости продукции.

При производстве продукции фабрики часто имеют пустые помещения, за которые они по-прежнему производят оплату не получая прибыли. Фактически являясь черной дырой для предприятия. Однако данную проблему можно решить куда проще чем кажется, используя, например, в качестве склада для сырья при ее закупке. Также отметим, что для получения наибольшей прибыли удобнее закупать оптом продукцию, на которую приходится наибольшая доля себестоимости.

Исходя уже из вышесказанного становится понятно, что на образование себестоимости товарной продукции, а следовательно и на снижение определенных ее элементов способно оказать влияние огромное количество факторов. Их условно делят на:

- производственные, т. е. находящиеся под непосредственным влиянием самих руководителей предприятия, в качестве примера которых можно привести мотивацию работников, сокращение штата или повышение квалификации персонала, что, к сожалению, является нераспространенным, хотя и очень эффективным методом т. д.,

- непроизводственные, то есть те, над которыми предприятие не может оказать влияние, например стоимость топлива, оборудования, материалов, транспортных услуг, стоимости аренды и т. п.

От своевременности поступления документов по каналам связи зависит своевременность отражения операций

в системе учета субъектов логистической деятельности, своевременность уплаты налогов и отчетности.

Современные условия формирования экономики Российской Федерации таковы, что при высоком уровне инфляции, а также при других проблемах, связанных с финансовым кризисом, предприятие должно контролировать свои расходы. Для этого необходимо уменьшить первоначальную стоимость выпускаемой продукции и вместе с этим получить максимально возможную прибыль. Данные пути улучшения дадут возможность не только найти решение данной

проблемы, но и станут содействовать надежному финансовому состоянию компании в подобных сложных финансовых обстоятельствах.

Предприятие, которому удалось добиться снижения себестоимости продукции, всегда прочно закрепляется на рынке, так как благодаря сниженной цене на товар потребители охотнее его покупают.

Снижение затрат предполагает глубокий анализ затрат предприятия и реализацию большого количества мероприятий, на основе которых намечаются пути экономии.

Библиографический список

1. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа: учебное пособие. М.: Финансы и статистика, 2015. 244 с.
2. Вахрушева О.Б. Управленческий учет: учебное пособие. М.: Эксмо, 2010. 188 с.
3. Глазов М.М. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие. СПб.: Российский государственный гидрометеорологический университет, 2004. 170 с.
4. Демина И.Д. Бухгалтерский управленческий учет: учебник. Саратов: Вузовское образование, 2016. 232 с.
5. Егорова Л.И. Бухгалтерский управленческий учет: учебное пособие. М.: Евразийский открытый институт, 2011. 120 с.
6. Никандрова Л.К., Гулина И.В. Бухгалтерский управленческий учет: учебное пособие. М.: Логос, Университетская книга, 2007. 184 с.
7. Сеницина Е.А. Бухгалтерский и управленческий учет. 2016. 162 с.
8. Шахбанова С.Р. Места возникновения затрат как объекты управленческого учета // Актуальные вопросы современной экономики. 2019. № 2. С. 30-34.