

Азизова Лейла Ровшановна

студентка

ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет»

г. Махачкала, Республика Дагестан

Ибрагимова Аминат Хабибуллаевна

канд. экон. наук, доцент

ГАОУ ВО «Дагестанский государственный университет

народного хозяйства»

г. Махачкала, Республика Дагестан

СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОДУКЦИИ И ВОЗМОЖНЫЕ ПУТИ ЕЕ СНИЖЕНИЯ

***Аннотация:** в статье проводится анализ понятия себестоимости продукции, рассматриваются элементы затрат ее формирующие, а также предлагаются возможные пути снижения данного показателя.*

***Ключевые слова:** себестоимость, издержки, затраты, материалы, продукция, производство, заработная плата, цена, рентабельность.*

Конкуренция на рынке товаров и услуг растет и крепнет с каждым днем, что вынуждает участников рынка бороться за свое место на этом рынке. Самыми успешными считаются те предприятия, которые умеют грамотно подходить к использованию ресурсов. Надо отметить, что конкуренция на рынке имеет и положительные черты и оказывает оздоровительный эффект на экономику, но плюс этот скорее для покупателя, так как он вынуждает производителей улучшать качество и снижать цену на предлагаемый ими продукт.

На сегодняшний день существует большое количество определений «себестоимости», такие как, например, в финансовом словаре «Финам»: «Себестоимость продукции – совокупность прямых издержек, связанных с производством изделия; все виды затрат, понесенных при производстве и реализации определенного вида продукции» [5]. Иными словами, показатель себестоимости позво-

ляет оценить во сколько обошлась единица продукции на производстве. В себестоимость входят прямые затраты на рабочую силу, затраты на материалы и переменные издержки, а именно: амортизация основных средств, материальные затраты, заработная плата основного и вспомогательного персонала, накладные расходы, непосредственно связанные с производством и реализацией.

Под влиянием различных факторов формируется структура затрат, которая характеризует себестоимость: характер производимой продукции и потребляемых материально-сырьевых ресурсов, технического уровня производства, форм его организации и размещения, условий снабжения и сбыта продукции и т. д. Также существуют различные классификации видов себестоимости: по этапам формирования затрат в зависимости от степени готовности, а также места их осуществления и объема различают себестоимость продукции технологическую, цеховую, производственную, полную. Технологическая себестоимость – часть себестоимости изделия, определяемая суммой затрат на осуществление технологических процессов изготовления изделия. В этот вид себестоимости входят затраты на сырье, материалы, технологические нужды, заработную плату производственных рабочих с начислениями и т. д. Цеховая себестоимость – это непосредственно затраты цеха, включая цеховые расходы на производство продукции. Данный вид себестоимости включает в себя: технологическую себестоимость, стоимость полуфабрикатов и услуг других подразделений, затраты на покупные комплектующие изделия, затраты на управление и обслуживание производства в пределах цеха [1]. Производственная себестоимость – текущие затраты, исчисленные в денежном измерителе и обусловленные использованием природных, трудовых, материальных и финансовых ресурсов на производство продукции (работ, услуг). Полная себестоимость – совокупность всех затрат предприятия на производство и реализацию продукции. Она исчисляется только по товарной (реализованной) продукции и служит фундаментом цены товара, а также конечной границей для товаропроизводителя. Себестоимость формируется непосредственно на самом предприятии. Следует заметить, что себестои-

мость одного и того же вида продукции на разных предприятиях может быть неодинакова, так как она отражает индивидуальные затраты и условия производства, конкретные результаты хозяйствования индивидуального производственного коллектива.

Показатель себестоимости имеет особое значение, с помощью которого он устанавливает эффективность использования всех видов ресурсов, а также он является одним из ценообразующих факторов и выступает как один из показателей конкурентоспособности продукции. Так же, как экономическая категория себестоимость выполняет ряд особых функций, а именно таких как: она позволяет контролировать и вести учет расходов, которые связаны с реализацией и выпуском продукции; выполняет роль некой основы для образования оптовой цены на продукцию, а также для расчета рентабельности и прибыли; позволяет дать обоснование рациональности вложений на техническое перевооружение, реконструкцию и, непосредственно, на развитие предприятия [3]. Одной из главных задач промышленных предприятий является наиболее полное обеспечение спроса населения продукцией высокого качества. Спрос соответственно определяет объемы и сроки продажи продукции и таким образом, задает все свои плановые показатели предприятиям – производителям. Следует заметить, что реализация продукции и объём производства являются взаимозависимыми показателями. Под реализацией продукции мы понимаем поступление готовой продукции в народно-хозяйственный оборот с оплатой её по существующим ценам. Реализованной продукцией считается та, которая отпущена за пределы промышленного предприятия и оплачена потребителем, сбытовой или торгующей организацией [2]. В условиях современной рыночной экономики определение объема реализации в первую очередь является объектом маркетинговой деятельности. Именно результат маркетинговых исследований служит базой для разработки проекта плана поставки потребителям продукции. Эти данные используются вместе с другой информацией для формирования плана производства и реализации продукции. Реализация продукции производится предприятиями по свободным от-

пускным ценам и тарифам, они были увеличены на сумму НДС, по государственным регулируемым оптовым ценам и тарифам, увеличенным на сумму НДС (относительно продукции топливно-энергетического комплекса и услуг производственно-технического назначения), по государственным регулируемым розничным ценам и тарифам, включающим НДС и налог с продаж (для продажи товаров и оказания услуг населению). Несмотря на всю важность себестоимости, каждое предприятие пытается снизить ее. При её уменьшении организация ставит перед собой следующие цели: контроль деятельности каждого элемента, с финансовой точки зрения; увеличение продуктивности работы управленческого аппарата, которое выражается в быстром принятии эффективных и правильных решений; владение реальной и подтвержденной информацией, которая будет учитываться при составлении бюджета организации; использование гибкого ценообразования, которое позволяет в большей мере увеличить возможности организации и способствует созданию резервного капитала; владение важной информацией о рыночной цене своего товара и продукции конкурентов; организация выпуска качественной продукции по более низкой цене с меньшими расходами.

Большое количество факторов влияет на снижение себестоимости. Условно их делят на: внутрипроизводственные, то есть те, на которые непосредственно влияют сами руководители предприятия, в качестве примера можно привести мотивацию сотрудников, сокращение штата рабочих и т. д., а также внепроизводственные, то есть те, на которые предприятие не сможет оказать влияние, например, стоимость топлива, оборудования, материалов и т. д. Существует огромное множество способов, уменьшающих себестоимость, но в любом случае предприниматель, решивший снизить ее, должен понимать, что это дело не одного дня, а также, что в этот процесс должно будет вовлечено все производство. Одним из способов снижения себестоимости является повышение производительности труда. Она показывает, какой объем работы, выполняет каждый работник за единицу времени. Зачастую персонал не заинтересован в быстром и качественном выполнении своих обязанностей, в связи с этим, перед руководителем стоит очень сложная задача – мотивация работников на выполнение своей

работы за минимальные сроки. Для этого необходимо провести беседу, или предложить материальное поощрение, так же можно поменять систему оплаты труда. Получается, размер выплат сотруднику напрямую будут зависеть от количества и качества произведенной им продукции. Таким образом, каждый сотрудник будет стремиться выполнить как можно больше работы и сделать ее более лучше. Еще одним способом сокращения себестоимости является соблюдение режима экономии на предприятии. В данный процесс будут включены все этапы производства. Необходимо рассчитать, где и сколько можно будет сэкономить денег, но при этом особенно важно не ухудшить качество выпускаемой продукции. Снижение себестоимости продукции можно добиться благодаря правильно подобранным партнерам. То есть необходимо ответственно подойти к данному решению, так как это может оказать влияние на дальнейшее будущее организации. Необходимо обратить внимание на их географическое положение и отдать предпочтение поставщикам, которые находятся достаточно близко от вашего производства. Это дает возможность сэкономить на транспортных издержках, не оказывая никакого влияния на качество товара. Также, расширяя производство продукции, можно добиться снижения себестоимости работ. Поэтому следует наладить механизированный выпуск товаров. Благодаря этому объемы производства увеличиваются, а цена на этот продукт уменьшается.

Предприятие, сумевшее добиться снижения себестоимости продукции, всегда крепко закрепляется на рынке, потому что благодаря сниженной цене на товар, его с большей охотой покупают потребители. Снижение себестоимости предполагает глубокий анализ затрат предприятия и проведение большого количества мероприятий, на основании которых намечаются пути экономии.

Список литературы

1. Дом: Строительная терминология. – М.: Бук-пресс, 2006 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://777russia.ru/book/uploads/pdf> (дата обращения: 24.04.2019).

2. Керашев М.А. Экономика промышленного производства: учебник. – Краснодар: Изд-во Печатный двор Кубани, 1998. – 173 с. [Электронный ресурс]. –

Режим доступа: <http://economics.studio/ekonomika-predpriyatiy/tsehovaya-sebestoimost-14771.html> (дата обращения: 24.04.2019).

3. Немцев В.Н. Экономический анализ эффективности промышленного предприятия. – М., 2004 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biglibrary.ru/category44/book130/part5/> (дата обращения: 24.04.2019).

4. Производственная себестоимость [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://official.academic.ru/19889/> (дата обращения: 24.04.2019).

5. Финансовый словарь «Финам» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.finam.ru/dictionary/wordf0058F/> (дата обращения: 24.04.2019).