

ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА ЗАТРАТ НА ПРЕДПРИЯТИИ

В практике работы российских машиностроительных предприятия мало применяются методы факторного анализа показателей хозяйственной деятельности. Одним наиболее важным из таких показателей является себестоимость продукции предприятия.

Себестоимость есть выраженные в денежной форме затраты на производство и продажу продукции. Согласно Методическим указаниям по учету затрат на производство продукции эти затраты представляют собой стоимостную оценку сырья, материалов, топлива, энергии, природных ресурсов, основных средств и другого имущества, трудовых ресурсов, а также других затрат на изготовление продукции, управление и производством и организацией в целом, продажу продукции. Показатель себестоимости есть синтетический показатель, в нем сконцентрированы все стороны хозяйственной деятельности предприятия: эффективность использования ресурсов, рациональность организации труда и управления.

Из всего выше перечисленного можно сделать вывод о том, что себестоимость является основой прогнозирования производства, базой для исчисления продажных цен и формирования финансовых результатов, важнейшим резервом повышения прибыли. Недооценка себестоимости как фактора формирования прибыли не соответствует принципам ведения хозяйственной деятельности и может привести к негативным последствиям. Поэтому возникает необходимость как можно более детального рассмотрения и анализа данного показателя. Этой цели позволяет достичь использование инструментов факторного анализа в процессе планирования производства.

Содержание анализа себестоимости продукции раскрывается в его задачах, которые сводятся к следующему:

- оценке динамики (выполнения плана) по важнейшим показателям себестоимости продукции и выявлению отклонений от плановых заданий;
- определению и количественной оценке причин отклонений от плана и в динамике. Для этого себестоимость изучается по следующим направлениям: структурным подразделениям предприятия, статьям и элементам затрат, видам продукции, местом возникновения затрат, факторам;
- анализу влияния на себестоимость эффективности использования производственных ресурсов (трудовых, материальных, основных фондов).
- выявлению и оценке резервов возможного снижения себестоимости продукции и разработке мероприятий по их мобилизации.

Перечисленные задачи анализа себестоимости являются типовыми. Однако задачи управления себестоимостью не ограничиваются приведенным перечнем.

Объектами анализа являются:

- производственная себестоимость в целом и по элементам;
- полная себестоимость реализованной продукции в целом и по элементам;
- затраты на 1 рубль выпущенной продукции;
- себестоимость отдельных видов продукции;
- элементы и статьи затрат.

Следует иметь в виду, что себестоимость продукции в отчетном году не сопоставима с аналогичным показателем за предыдущий период по следующим параметрам:

- объем и структура выпуска продукции;
- цены на материальные ресурсы, тарифы на энергию и перевозки;
- уровень затрат производственных (материальных, трудовых и денежных) ресурсов.

Расчет влияния этих факторов может быть осуществлен методом цепных подстановок. Так, например, для определения степени влияния обозначенных выше факторов на изменение суммы прибыли предприятия необходимо провести ряд расчетов основанных на показателях себестоимости и объема продукции. Вначале формируют исходные данные для факторного анализа, которые представляют собой пересчет показателей количества продукции, индивидуальных затрат на производство единицы *i*-го вида продукции и цены единицы *i*-го вида продукции в отчетном и базовом периодах. Затем проводят непосредственно сам расчет влияния факторов на изменение себестоимости способом цепных подстановок. Таким образом, вычислив разницу между себестоимостью отчетного года и базового, мы можем выяснить, из чего эта разница состоит, какие факторы оказали положительное влияние на нее, а какие отрицательное.

Но все же полученный результат указывает только на изменение себестоимости, а вот связь этого изменения с прибылью предприятия выявляет факторный анализ затрат на рубль объема продукции. Показатель затрат на рубль продукции рассчитывается как отношение себестоимости всей продукции (выпущенной или реализованной) к ее объему, выраженному в продажных ценах (без косвенных налогов). Данный показатель имеет ряд следующих преимуществ:

- позволяет измерить совокупный уровень затрат как сравнимой, так и несравнимой (новой) продукции;
- пригоден для анализа в динамике, так как является относительным показателем⁴
- обеспечивает увязку результатов анализа себестоимости и прибыли;
- является сквозным показателем и может быть рассчитан как по всему объему продукции, так и по отдельным ее видам.

Однако изменение затрат на рубль продукции зависит не только от изменении непосредственно затрат, но и от ряда других факторов. В связи с этим без соответствующего факторного анализа этот показатель не пригоден для оценки динамики по себестоимости продукции. Непосредственное влияние на изменение уровня затрат оказывают следующие факторы:

- изменение структуры ассортимента продукции;
- изменение затрат, связанное с эффективностью использования производственных ресурсов;
- изменение цен и тарифов на материальные ресурсы;
- изменение продажных цен.

Таким образом, следует провести следующие расчеты: показатели объема продукции и себестоимости в базовом и отчетном периоде (в действующих ценах) следует взять как абсолютные, а в качестве относительных следует пересчитать их в следующем порядке:

- базовые данные в пересчете на отчетный объем продукции,
- в базовых ценах продукции и отчетных ценах материалов,
- в базовых ценах продукции и материалов.

Далее рассчитываем абсолютное изменение уровня затрат на рубль продукции – это разница между показателями отчетного и базового периода. А затем находим изменения между относительными показателями (сумма изменений между ними должна быть равна абсолютному). Проведя такие расчеты можно сразу увидеть, что привело к росту, а что к снижению затрат на рубль объема продукции. Результирующим расчетом анализа является увязка полученных данных с прибылью. Для этого нужно величину изменения каждого фактора умножить на соответствующий её объем продукции и разделить на 100.

Как мы увидели, такой метод анализа позволяет глубже проанализировать механизмы формирования себестоимости продукции, выделить среди них те факторы, которые приводят к увеличению прибыли предприятия. Выявление таких факторов позволяет более

оптимально управлять процессом производства и ведет к повышению конкурентоспособности продукции предприятия в целом.