

**ОЦЕНКА СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ И ФИНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТА  
ОРГАНИЗАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ОАО «УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМПАНИЯ ХОЛДИНГА  
«БОБРУЙСКАГРОМАШ»**

*А.В. Силич, 4 курс*

*Научный руководитель – З.И. Кузьменок, магистр экономических наук  
Белорусский государственный экономический университет, Бобруйский филиал*

Актуальность и важность выбранной темы работы очевидна, т.к. себестоимость характеризует качественную сторону всей производственной и хозяйственной деятельности предприятий. Чем ниже себестоимость продукции при одинаковом уровне производства, тем выше его эффективность. То есть изменение себестоимости (сокращение или увеличение) свидетельствует об удешевлении или удорожании единицы продукции, что сказывается на увеличении или уменьшении прибыли. Всесторонний анализ себестоимости дает возможность предприятиям выявить непроизводительные расходы, различного рода потери, находить пути сокращения и повышения эффективности затрат на производство продукции. Снижение себестоимости является основополагающим фактором повышения конкурентоспособности продукции, производимой в Республике Беларусь [1, с. 30].

Руководитель должен принимать экономически обоснованные управленческие решения, учитывая зависимость и соотношение затрат на произведенную и реализованную продукцию объемы реализации и прибыли, тенденции экономического развития. Одним из основных факторов формирования прибыли является себестоимость реализованной продукции. От ее уровня зависят финансовые результаты деятельности предприятия и его финансовое состояние, так как между размерами величины прибыли и себестоимости существует обратная функциональная зависимость. Как известно, себестоимость реализованной продукции имеет практическое значение для определения рентабельности продаж, т.е. при росте затрат на реализованную продукцию более высокими темпами, чем выручки от реализации, рентабельность продаж снижается, и наоборот. Себестоимость реализованной продукции естественно, не равна произведенной. Различия в темпах роста себестоимости реализованной и произведенной продукции показывают тенденции изменения рентабельности продаж в следующем периоде, когда будут реализованы остатки готовой продукции отчетного периода. Так, если себестоимость произведенной продукции увеличилась более медленными темпами, чем реализованной, можно предположить, что в следующем периоде при прочих равных условиях, рентабельность продаж повысится [2, с.292].

При оценке показателей себестоимости целесообразно на первом этапе анализа сопоставить изменение затрат на произведенную и реализованную продукцию с изменением выручки от реализации. Исходная форма для проведения такого анализа содержится в форме 4–ф «Отчет о затратах на производство продукции», и форме №2 бухгалтерской отчетности «Отчет о прибылях и убытках» [2, с.293].

Объектом исследования является себестоимость ОАО «Управляющая компания холдинга «Бобруйкагроماش».

Для того чтобы оценить влияние общей себестоимости на финансовые результаты организации, необходимо определить удельный вес себестоимости в выручке от реализации продукции. Расчет за 2009–2012 гг. представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Оценка удельного веса затрат в выручке от реализации продукции за 2010–2011 гг.

Показатель	2010 г.		2011 г.		Отклонение	
	сумма, млн руб.	удельный вес, %	сумма, млн руб.	удельный вес, %	абсолютное	относительное
Выручка от реализации продукции	250303	100,00	464760	100,00	214457	–
Расходы на реализацию и управленческие расходы	2591	0,10	6124	1,32	3533	0,22
Себестоимость реализованной продукции	200841	80,24	369023	79,40	168182	–0,84

Полная себестоимость реализованной продукции	203432	81,27	375147	80,72	171715	-0,55
Полная себестоимость произведенной продукции	241150	96,34	384085	82,64	142935	-13,7

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных предприятия.

Данные таблицы 1 свидетельствуют о том, что в 2011 г. по сравнению с 2010 г. выручка от реализации продукции увеличилась на 214457 млн. руб. и темп ее роста составил 185,68 %.

Темп роста полной себестоимости реализованной продукции составляет 184,41 % и превышает темп роста себестоимости произведенной продукции, равный 159,27 % на 25,14 %.

Данное превышение является резервом увеличения рентабельности продаж продукции в будущем.

Удельный вес себестоимости произведенной продукции сократился в 2011 г. по сравнению с предыдущим периодом на 13,7 процентных пункта.

Оценка удельного веса затрат в выручке от реализации продукции за 2011–2012 гг. представлено в таблице 2.

Данные таблицы 2 свидетельствуют о том, что в 2011 г. по сравнению с 2010 г. выручка от реализации продукции увеличилась на 195607 млн. руб. и темп ее роста составил 142,09 %.

Темп роста себестоимости произведенной продукции (180,43 %) превышает темп роста полной себестоимости реализованной продукции себестоимости (140,55) на 39,88 %.

Таблица 2 – Оценка удельного веса затрат в выручке от реализации продукции за 2011–2012 гг.

Показатель	2011 г.		2012 г.		Отклонение	
	сумма, млн руб.	удельный вес, %	сумма, млн руб.	удельный вес, %	абсолютное	относительное
Выручка от реализации продукции	464760	100,00	660367	100,00	195607	–
Расходы на реализацию и управленческие расходы	6124	1,32	30458	4,61	24334	3,29
Себестоимость реализованной продукции	369023	79,40	496827	75,23	127804	-4,17
Полная себестоимость реализованной продукции	375147	80,72	527285	79,85	152138	-0,87
Полная себестоимость произведенной продукции	384085	82,64	693022	104,94	308937	22,3

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных предприятия.

Данные таблицы свидетельствуют о том, что удельный вес себестоимости реализованной продукции и полной себестоимости произведенной продукции в 2012 г. по отношению к 2011 г. сократился на 4,17 процентных пункта, а полной себестоимости произведенной продукции увеличился на 22,3 процентных пункта.

Основной проблемой является выявление влияния роста издержек на эффективность экономики предприятий, которая, прежде всего, характеризуется рентабельностью реализованной продукции и рентабельностью продаж [3, с.39]. В динамике эти два показателя имеют тенденцию к снижению. Рентабельность продаж уменьшилась с 27,7 % в 2010 г. до 24,4 % в 2012 г.

Можно сделать вывод, что темп роста выручки от реализации продукции, сопровождался опережающим темпом роста себестоимости реализованной продукции, что приводит к снижению темпов роста прибыли от реализации продукции вследствие роста издержек на производство и продажу продукции.

#### Список использованных источников

1 Акулич, В.В. Исследуем себестоимость организации // Планово-экономический отдел. – 2012. – №1. – С. 30 – 35.

2 Анализ хозяйственной деятельности в промышленности: учеб. пособие/ Л.Л.Ермолович и др.; под общ.

ред. Л.Л. Ермолович. Мн.: ООО «Современная школа», 2010. – 800 с.

3 Головачев, А.В. Себестоимость определяет качество жизни// Директор. – 2013. – №19. – С. 36 – 38.