

УДК 338.2

РОЛЬ ПРЕДПЛАНОВОГО АНАЛИЗА НЕПРОИЗВОДИТЕЛЬНЫХ РАСХОДОВ И ПОТЕРЬ В СНИЖЕНИИ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ

© 2013 А.А. Емельянов*

Ключевые слова: информация, классификация, непроизводительные расходы, планирование, предплановый анализ, показатели, потери, совершенствование, стадия, структура.

Рассматривается роль предпланового анализа непроизводительных расходов и потерь в снижении себестоимости продукции. Обозначена его важность в совершенствовании системы управления затратами. Рассмотрены этапы предпланового анализа показателей выпускаемой продукции.

В современных условиях совершенствования методов хозяйствования приоритетным направлением развития российской экономики становится решение проблем рационального использования всех видов ресурсов на основе активной мобилизации внутренних резервов предприятий. Совершенствование экономических методов управления предполагает коренное улучшение обеспечения учетно-аналитической информацией управленческого аппарата, регулирующего процессы формирования затрат на производство продукции и оказание услуг, а также все функции управления и выбор совокупности показателей, регулирование которых обеспечивает стабильное развитие предприятия. Одним из таких показателей является себестоимость продукции, работ, услуг как наиболее многогранный экономический показатель хозяйственной деятельности любого предприятия, при этом входящий в число самых дискуссионных показателей экономической науки.

Себестоимость продукции, услуг и в настоящее время остается синтетическим показателем, характеризующим в обобщенном виде важнейшие стороны хозяйственной деятельности предприятия и в итоге - результаты его работы в целом.

Особенно важна роль показателя себестоимости продукции и услуг в условиях острой конкуренции на рынке сырья и товаров, внедрения новой техники и технологий производства, проектирования новых видов продукции. Этот показатель отражает уровень технического оснащения производства и овладения новейшей техникой, прогрессивность применяемой технологии, формы организа-

ции производства и труда, уровень материально-технического снабжения предприятия и сбыта его продукции, хозяйственного руководства. Все это обуславливает важность проведения мероприятий по совершенствованию методов управления себестоимостью продукции и услуг с целью ее снижения и увеличения производства за счет повышения эффективности использования имеющихся у предприятия ресурсов. В данной связи стоит отметить важность снижения непроизводительных расходов и потерь, которые присутствуют на каждом кругообороте средств предприятия. Здесь важная роль принадлежит системе экономического анализа, которая призвана обеспечить аппарат управления своевременной и достоверной информацией, необходимой для принятия рациональных управленческих решений по сокращению расходов непроизводительного характера и потерь.

Сложность выделения непроизводительных расходов и потерь на предприятиях в качестве самостоятельного объекта анализа объясняется отсутствием достаточного информационного обеспечения данных расходов. Кроме того, зачастую аппарат управления не желает подвергать кардинальным изменениям сложившуюся систему. При этом существующая методика анализа расходов непроизводительного характера и потерь находится на достаточно поверхностном уровне, что ограничивает их выделение в самостоятельный объект анализа. Для минимизации непроизводительных расходов и потерь значительная роль должна отводиться предплановому анализу как части перспективного анализа.

* Емельянов Анатолий Александрович, кандидат экономических наук, доцент Самарского государственного экономического университета. E-mail: emelyanov63@rambler.ru.

Для совершенствования системы управления затратами анализ должен проводиться на стадии подготовки производства, стадии производства и реализации продукции, так как расходы непроизводительного характера и потери могут возникать не только непосредственно в процессе производства, но и уже на стадии планирования, подготовки производства и проектных работ. В настоящее время анализ в основном проводится на стадии производства продукции, что не способствует объективному выявлению причин и факторов возникновения непроизводительных расходов и потерь.

Как правило, предплановые оценки используются при разработке как целей и стратегий развития организации в целом, так и ее маркетинговой деятельности. При этом участниками прогноза являются как сотрудники отдела маркетинга и отдела сбыта, так и технологи, инженеры, персонал отдела снабжения и т.д. Полученные результаты исследования могут предопределить коррекцию целей деятельности компании и наметить ассортимент продукции, востребованной на рынке. Это имеет большое значение, так как произведенная и невостребованная продукция приводит к возникновению расходов непроизводительного характера и потерь, а следовательно, к потере прибыли. Сама по себе подготовка производства включает в себя три стадии: планирование потребности, запасов и объема заказов. Так как инвестиции в запасы составляют существенную часть активов, важно, чтобы запасами управляли эффективно и чтобы в то же время они не способствовали формированию расходов непроизводительного характера и потерь в виде невостребованных запасов и расходов на их содержание. Наглядно предплановый анализ предприятия можно представить в виде схемы (см. рисунок).

В процессе подготовки производства определяются потребности отдельных подразделений предприятия в сырье, материалах и трудовых ресурсах. Этот этап имеет большое значение в сокращении и ликвидации расходов непроизводительного характера, как и на стадии производства и реализации продукции, поскольку от него зависят целесообразное использование материалов, ресурсов, их сохранность, работа склада, снижение количества бракованных изделий и т.д.

Следующим этапом в подготовке производства является планирование запасов. Предприятие должно определять оптимальный уровень запасов, что предполагает выполнение следующих условий: запасы должны быть достаточными для обеспечения производства продукции и ее реализации на плановом уровне и при этом нельзя допускать формирования излишних запасов, вызывающих необоснованную иммобилизацию средств и влияющих на снижение коэффициента оборачиваемости. При заказе у поставщика партии товаров процессы доставки и хранения заказа повлекут за собой расходы, которые будут представлять собой сумму затрат на поставку и последующее хранение заказа.

Дальнейшим этапом является предплановый анализ производственной программы. Он необходим для принятия правильных управленческих решений в отношении того, какие изделия и в каком количестве и ассортименте должны быть произведены. При расчете производственной программы следует исходить из производственных мощностей, из финансовых трудовых возможностей предприятия, а также из прогноза будущих потребностей при тесном взаимодействии с отделом сбыта - процессы планирования производства и сбыта должны быть четко согласованы.

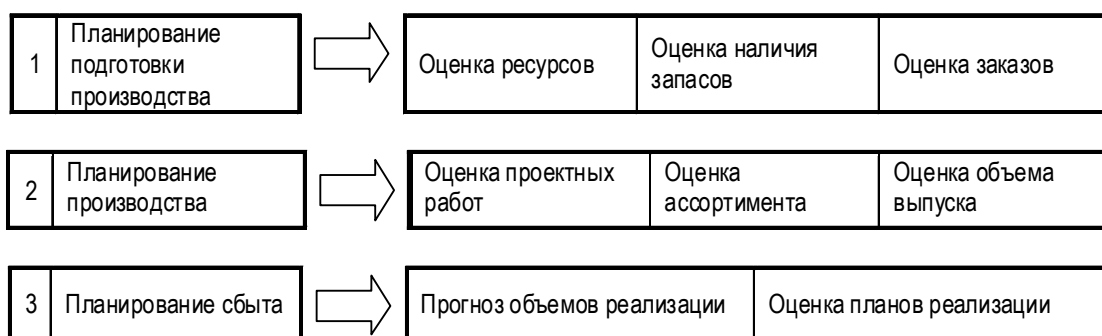


Рис. Предплановый анализ деятельности предприятия

В этом отношении большое влияние на производственную программу оказывает вариант реализации продукции. Основными вариантами реализации продукции являются следующие:

- 1) реализация продукции через тендер государственным структурам;
- 2) участие в конкурсах на поставку корпоративной одежды;
- 3) реализация продукции оптовым покупателям;
- 4) реализация продукции через розничную сеть.

Поскольку главной задачей при разработке производственной программы является подтверждение, что предприятие в состоянии реально производить необходимое количество товаров в нужные сроки и с требуемым качеством, риск возникновения, а также величина расходов непроизводительного характера и потерь зависят от варианта сбыта продукции. Таким образом, если предприятие реализует продукцию государственным структурам, корпорациям или оптовым заказчикам с оформлением предварительного заказа, риск возникновения непроизводительных расходов и потерь, а также их размер будут ниже, поскольку производственная программа будет формироваться на основании этих заказов.

Важным этапом при разработке производственной программы является планирование ассортимента продукции. Производитель заинтересован в снижении издержек производства, а этого можно достичь при больших объемах производства и небольшой но-

менклатуре выпускаемой продукции, причем непроизводительные расходы и потери тоже снижаются в связи с унификацией целей технологического процесса. Однако рынок требует создания большого выбора качественной, разнообразной продукции с различными потребительскими свойствами по конкурентоспособной цене. В конечном итоге производственная программа предприятия, номенклатура, качество продукции определяются доходами и возможным спросом потребителей - предприятий, фирм и населения.

Расширение номенклатуры продукции усложняет производственный процесс, при выпуске небольших партий изделий растет себестоимость каждого изделия, в ряде случаев требуется частая переналадка оборудования. При этом могут возникать расходы непроизводительного характера и потери в виде простоев, неотработанности деталей, полуфабрикатов и др. Поэтому для координации интересов исследуемого предприятия и рынка следует планировать как ассортимент новой и уже выпускавшейся продукции, так и затраты на ее производство и реализацию.

Для планирования ассортимента продукции, в первую очередь, необходимо обоснованно выбрать новые изделия и оценить уже выпускаемые. Для этого нужно выбрать ключевые показатели, достоверно оценивающие продукцию с учетом возможности возникновения непроизводительных расходов и потерь (см. таблицу).

В предплановом анализе непроизводительных расходов и потерь особое внимание

Соотношение показателей выпускаемой продукции и непроизводительных расходов и потерь

Показатели	Состав	Непроизводительные расходы и потери
Товарные	Технические характеристики Качество Цена	Возврат продукции, брак, порча, недостача
Производственные	Степень технической обеспеченности Сырьевые ресурсы Инженерно-технические знания	Простои, непроизводительные расходы на хранение сырья, ошибки в проектировании, брак
Рыночные	Потребность в изделии Емкость и перспективы развития рынка Конкурентоспособность изделия	Нереализованная продукция, непроизводительные расходы на хранение, непроизводительные налоговые выплаты
Сбытовые	Соотношение с ассортиментом выпускаемой продукции Возможности реализации Продвижение на рынок	Штрафы, пени, неустойки, возврат продукции

нужно уделить сбытовым показателям продукции. После выбора новых изделий для производства на каждое из них должна быть составлена спецификация. Затем она направляется в производственный отдел предприятия, изготавливаются опытные образцы, делается предварительная проверка целесообразности изготовления изделий с учетом производственных возможностей, составляется предварительная калькуляция. В том случае, если расчет свидетельствует о возможности получения достаточного уровня рентабельности, выпускается небольшая партия изделий. Отдел маркетинга и отдел сбыта готовят предложения, в которых дается подробный перечень того, как, когда, при какой величине себестоимости и прибыли должно быть выпущено каждое изделие на рынок, а также вариант реализации. Поэтому при недопущении ошибок на этом этапе предпланового анализа можно избежать возникновения некоторых непроизводительных расходов и потерь в дальнейшем.

Следующим этапом является планирование объема производства. В результате ошибок на этом этапе высока вероятность формирования расходов непроизводительного характера и потерь. При большом выпуске продукции высока вероятность пересортицы, а следовательно, больших складских расходов на хранение, вероятность хищения и порчи готовой продукции. При недостаточном же выпуске существует вероятность нарушения договорных обязательств, что ведет к возникновению непроизводительных расходов и потерь в виде штрафов и неустоек за непоставку продукции. В связи с этим предприятие должно максимально точно оценить производственную мощность, т.е. максимально возможный выпуск продукции, предусмотренный на соответствующий период (месяц, квартал, год) в заданной номенклатуре и ассортименте с учетом оптимального использования наличного оборудования и производственных площадей, прогрессивной технологии, передовой организации производства и труда.

Важную роль следует отвести предплановому анализу реализации продукции. Рыночное прогнозирование объема сбыта продукции возможно с помощью неколичественных и количественных методов. Неколиче-

ственные методы прогнозирования основаны на экспертных оценках руководителей, мнениях торговых агентов и покупателей (настоящих и будущих). Эти методы прогнозирования имеют свои преимущества и недостатки. К преимуществам можно отнести возможность оценки различных точек зрения, что сравнительно недорого, а также оперативность получения результатов. Недостатками же данного метода являются отсутствие количественных результатов исследования и расплывчатость ответственности между руководителями.

Преимущество прогноза сбыта на основе мнений торговых агентов заключается в том, что такой прогноз может быть дифференцированным: в разрезе товаров, территорий и покупателей. К недостаткам указанного метода прогноза можно отнести вероятность неправильной оценки сбыта по причине отсутствия знания торговыми агентами экономических факторов и их влияния на уровень сбыта.

Количественными методами прогнозирования сбыта продукции являются методы экстраполяции, корреляционного и регрессионного анализа, анализа временных рядов и др. Метод экстраполяции основан на исследовании сложившихся в прошлом и настоящем закономерностей развития изучаемого экономического явления и распространении этих закономерностей на будущее исходя из того, что они могут быть устойчивы в течение некоторого периода времени.

В условиях неопределенности внешней среды обоснованно применение уровневого прогнозирования объема сбыта. Уровневое прогнозирование - это предсказание уровня объема сбыта по трем точкам: максимальный, вероятный, минимальный. Уровневое прогнозирование позволяет предприятию подготовиться к неблагоприятному варианту объема продаж, предусмотреть образование расходов непроизводительного характера и потерь. Также можно заблаговременно выявить факторы, ведущие к минимальному объему сбыта. Кроме того, выявление этих факторов дает возможность разработать ситуационный план. Его сущность заключается в том, что для каждого вида выпускаемой продукции отбирается несколько ключевых допущений, иных, чем наиболее вероятная ситуация. В качестве до-

пущения может быть принят не только наилучший, но и случайный вариант. Ситуационный план определяет порядок действий при возникновении той или иной ситуации и то, каких последствий следует ожидать в результате. Ситуационное планирование сбыта позволяет предприятию быстро действовать в неблагоприятной ситуации и подготовиться к возникновению непредвиденных обстоятельств.

Стоит отметить, что любые прогнозы являются лишь рабочими гипотезами о тех или иных показателях развития в будущем, поэтому их достоверность полностью зависит от информации, на которой они базируются. Прогнозирование объема сбыта продукции на исследуемом предприятии возлагается на отдел сбыта.

Таким образом, предплановый анализ непроизводительных расходов и потерь является важным этапом в снижении себестои-

мости продукции. При правильной его организации можно избежать в будущем многих непроизводительных расходов на всех стадиях кругооборота средств предприятия.

1. *Жабин А.П., Корнеева Т.А.* Актуальные вопросы корпоративного контроля: управление стоимостью компании // Вестн. Самар. гос. экон. ун-та. Самара, 2007. □ 4 (30). С. 77-81.

2. *Колесник Н.Ф.* Информационное обеспечение в системе управления непроизводительными расходами. Саранск, 2004.

3. *Пястолов С.М.* Экономический анализ деятельности предприятий : учеб. пособие. М., 2004.

4. *Фомин В.П.* Методологические аспекты комплексного анализа для интегральной оценки перспектив развития хозяйствующего субъекта // Вестн. Самар. гос. экон. ун-та. Самара, 2007. □ 9 (35). С. 127-131.

5. *Шеремет А.Д., Бужинский А.И.* Методика экономического анализа деятельности промышленного предприятия (объединения). 2-е изд., перераб. и доп. М., 1988.

Поступила в редакцию 05.12.2012 г.