

АНАЛИЗ ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВО ХЛЕБОБУЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

**Зайцева Е.А., обучающаяся 4 курса экономического факультета
Научный руководитель – Александрова Е.Г.,
кандидат сельскохозяйственных наук, доцент
ФГБОУ ВО Самарский ГАУ**

Ключевые слова: *выручка, затраты, себестоимость, коммерческие расходы, хлебная продукция, прибыль.*

В работе рассмотрены показатели, характеризующие объемы производства, затраты на производство хлебобулочной продукции. Установлено, что рост затрат предприятия обусловлен не только расширением рынков сбыта, но и увеличением стоимости потребляемых ресурсов.

Затраты любого хозяйствующего субъекта – это одна из главных категорий. От их уровня зависит прибыль предприятия, его рентабельность и общая эффективность деятельности. В указанной связи вопросы снижения затрат и их оптимизация представляют собой одно из основных направлений изыскания резервов повышения экономической эффективности. Анализ затрат осуществим на примере реального хозяйствующего субъекта – хлебобулочного комбината.

Рассмотрим объемы реализации производимой продукции предприятия по видам производимой продукции (рис. 1).

Как видно по данным рис. 1, предприятие наращивает объемы реализации продукции. Так, в 2021 году предприятием реализовано 1088 тыс. тонн хлебобулочной продукции, тогда как в 2022 году на 86 тыс. тонн больше. Аналогичная ситуация и с объемами реализации слоеных и сдобных изделий и кондитерских – их рост в 2022 году по сравнению с уровнем 2021 года составил 11,8% и 1,7% соответственно. Рост объемов продаж обусловлен, в первую очередь, расширением рынков сбыта. Предприятие расширяет каналы реализации продукции, охватывая близлежащие регионы. Расширение каналов сбыта влечет за

собой увеличение объемов производства, соответственно и суммы затрат.



Рис. 1 - Объемы реализации продукции предприятия в 2021-2022 гг., тыс. тонн

Как видно по представленным данным таблицы 1, основной удельный вес затрат приходится на статью «сырье» - в среднем около 53% от общей суммы затрат на производство хлебобулочных изделий (за 2021-2022 гг.). Причем удельный вес данной статьи в структуре возрос с 52,5% до 54%. Наблюдается и ее увеличение в абсолютном выражении – на 6 679 421 тыс. руб.

Велик удельный вес статья «зарплата с отчислениями» - около 15% от суммы затрат в среднем за 2021-2022 гг. Однако стоит отметить снижение данной статьи в общей сумме затрат, тогда как в абсолютном выражении она возрастает. Сумма затрат на амортизацию в 2022 г. по сравнению с 2021 г. возросла в 2,1 раза. Существенно снизилась сумма прочих затрат с 2 483 184 тыс. руб. до 294 095 тыс. руб.

Если рассматривать в целом сумму затрат на производство хлебобулочных изделий, то она возросла практически на $\frac{1}{4}$, что обусловлено наращиванием объемов производства и реализации продукции, так и увеличением стоимости потребляемых ресурсов.

Таблица 1 – Динамика и структура затрат на хлебобулочное производство предприятия за 2021 – 2022 гг.

Элементы затрат	2021 г.		2022 г.		Изменение 2022 г. к 2021 г.	
	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%
Сырье	23 146 468	52,5	29 825 889	54,0	6 679 421	128,9
Упаковка	3 752 416	8,5	4 947 052	9,0	1 194 636	131,8
Материалы, запчасти, инвентарь	569 547	1,3	852 277	1,5	282 730	149,6
Зарплата с отчислениями	6 703 071	15,2	8 202 837	14,8	1 499 766	122,44
Энергоресурсы	1 668 260	3,8	1 861 184	3,4	192 924	111,6
Производственные расходы	127 239	0,2	449 102	0,8	321 863	352,9
Амортизация	2 031 263	4,6	4 254 395	7,7	2 223 132	209,4
Лизинг	0	0	268 707	0,5	268 707	-
Прочее	2 483 184	5,6	294 095	0,5	-2 189 089	11,8
Общепроизводственные расходы	3 597 522	8,3	4 287 643	7,8	690 121	119,2
Итого	44 078 970	100,0	55 243 181	100,0	11 164 211	125,3

Себестоимость продукции предприятия рассчитывается по итогам реализации – производственную себестоимость продукции увеличивают затратами на сбыт и реализацию продукции, соответственно получают полную себестоимость.

К коммерческим расходам предприятия относят расходы на затаривание и упаковку изделий на складах готовой продукции; доставку продукции и др. Коммерческие расходы могут быть как переменными (расходы на тару и упаковочные материалы), так и постоянными. Анализ коммерческих расходов предприятия осуществлен на основании данных таблицы 2.

По данным таблицы 2 видно, что коммерческие расходы предприятия в 2022 г. по сравнению с 2021 г. увеличились за счет роста расходов по отправке товаров покупателям. Стоит отметить, что предприятие допустило рост этих расходов по отношению к прошлому периоду не в силу внутренних факторов, а в связи с удорожанием стоимости транспортных работ, обусловленных ростом ГСМ и запасных частей.

Таблица 2 – Динамика коммерческих расходов предприятия за 2021–2022 гг.

Элементы затрат	2021 г.		2022 г.		Изменение 2022 г. к 2021 г.	
	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%
Расходы по упаковке готовой продукции	289600	4,3	460349	5,6	170 749	159,0
Расходы по таре	1016921	15,3	1208416	14,7	191 495	118,8
Стоимость погрузки	1406317	21,1	1833176	22,3	426 859	130,4
Расходы по отправке товаров покупателям, в том числе автомобильным транспортом	3382012	50,7	4258229	51,8	876 217	125,9
Прочие расходы	489806	7,3	427467	5,2	-62 339	87,3
Комиссионные сборы, уплачиваемые сбытовым и другим посредническим организациям	83256	1,2	32882	0,4	-50 374	39,5
Итого коммерческих расходов	6667912	100,0	8220520	100	1 552 608	123,3

Затраты на 1 рубль реализованной продукции представляют собой обобщающий показатель, показывающий долю затрат на производство реализацию продукции в общем объеме выручки. Данные таблицы 3 позволят проанализировать данные показатели.

Таблица 3 – Анализ затрат на 1 рубль реализованной продукции предприятия за 2021 – 2022 г.

Показатель	2020 г.	2021 г.	2021 г. к 2020 г., %
Выручка, тыс. руб.	1 343 180	1 526 938	113,7
Себестоимость реализованной продукции, тыс. руб.	1005390	1 013 079	100,8
Затраты на 1 руб. реализованной продукции	0,75	0,66	88,0

В 2021 г. затраты на рубль реализованной продукции снизились, так как темп роста выручки опережает темп роста себестоимости продукции.

На себестоимость любой продукции влияет брак, который представляет собой косвенный показатель, характеризующий качество

произведенной продукции. В качестве примера в таблице 4 приведены данные для анализа потерь от брака.

Таблица 4 – Данные о браке продукции предприятия за 2020-2021 гг.

Показатель	2021 г.	2022 г.	2022 г. в % к 2021 г.
Себестоимость окончательного брака, тыс. руб.	312	396	+ 84
Расходы по исправлению брака, тыс. руб.	22	31	+9
Абсолютный размер брака, тыс. руб.	1 934	2 027	+93
Стоимость брака по цене использования, тыс. руб.	458	486	+28
Суммы, удержанные с лиц-виновников брака, тыс. руб.	-	89	+89
Суммы, взысканные с поставщиков, тыс. руб.	-	124	+124
Абсолютный размер потерь от брака, тыс. руб.	1476	1328	- 148
Валовая продукция по производственной себестоимости	65 042 799	82 056 598	+17 013 799
Относительный размер брака, %	0,003	0,002	- 0,001
Относительный размер потерь от брака, %	0,002	0,002	0,0

По данным таблицы 4 сделан вывод о том, что основной причиной брака в 2021 году является поставка сырья низкого качества. В 2022 году, на основе полученного опыта в предыдущем году, производитель составил договор на поставку сырья и материалов, в котором учитывается компенсация, в случае низкого качества сырья, которая помогла уменьшить абсолютный размер потерь от брака на 124 тыс. руб.

Относительный размер потерь от брака снизился. Для того чтобы снизить себестоимость продукции и повысить конкурентоспособность изготавливаемых изделий через качество, рекомендуется найти предприятие, поставляющее более качественное сырье.

Ужесточение конкуренции и необходимость снижения цены на свою продукцию, сказывается на рентабельности продукции. Отметим и тот факт, что рост цен на хлеб и большую часть хлебобулочных изделий ограничен, а условия и требования реализации во многом регламентируются государством, т.к. продукция является социально

значимой. А учитывая то, что ежегодно происходит увеличение цен на сырье, материалы и периодический рост тарифов на энергоносители (18-25% в год) происходит систематическое увеличение себестоимости производства продукции. Исключением здесь не стал объект исследований.

Обобщая вышеизложенное, сделан вывод о том, что предприятие осуществляет свою деятельность в жизненно необходимой, но достаточно нестабильной среде. Позиции фирмы на рынке постоянно укрепляются. Крепкой основой фирмы является профессионализм и опыт кадрового состава, разнообразие и качество выпускаемой продукции. В то же время необходимо более тщательно продумать ассортимент в соответствии с запросами потребителей, что будет способствовать освоению новых сегментов потребительского рынка.

Библиографический список:

1. Бондина, Н.Н. Современные системы учета затрат и калькулирование / И.В. Павлова; Н.Н. Бондина. - Пенза: РИО ПГАУ, 2020. - 123 с. // Национальный цифровой ресурс «Руконт» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://rucont.ru/efd/727448>
2. Иншакова, Т.А. Современные проблемы учета затрат и калькулирования себестоимости продукции на хлебопекарных предприятиях / Т.А. Иншакова, Ж.М. Корзоватых // Финансовый менеджмент. - 2016. - № 3. - С. 145-148.
3. Фролова, Т. Г. Проблемы внедрения контроллинга на сельскохозяйственных предприятиях / Т. Г. Фролова // Современная экономика: проблемы, пути решения, перспективы: сб. науч. тр. Самара: Самарская государственная сельскохозяйственная академия, 2014. - С. 221-224.
4. Лазарева, Т. Г. Внутренний экономический контроль организаций, осуществляющих совместную деятельность / Т.Г. Лазарева, Н.И. Власова // Бухгалтерский учёт, анализ, аудит и налогообложение: проблемы и перспективы: сб. ст. Пенза: Пензенская государственная сельскохозяйственная академия, 2016. - С. 68-71.
5. Методические рекомендации по планированию, учету и калькулированию себестоимости продукции на хлебопекарных

предприятиях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Справочная правовая система «КонсультантПлюс»

6. Положение по бухгалтерскому учету ПБУ 10/99 «Расходы организации» [Электронный ресурс]: утв. приказом Минфина РФ от 06.05.1999 г. № 33н ред. от 06.04.2015 №57н // Справочная правовая система «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.

7. Данченко, С. А. Организация управленческого контроля и вопросы его совершенствования на предприятиях Самарской области/ С.А. Данченко, Т.Г. Лазарева // Современная экономика: проблемы, пути решения, перспективы: сб. науч. тр. Кинель: Самарская государственная сельскохозяйственная академия. - 2015. - С. 119-123.

COST ANALYSIS FOR PRODUCTION OF BAKERY PRODUCTS

Zaitseva E.A.

**Scientific supervisor –Alexandrova E.G.
Samara State Pedagogical University**

Keywords: *revenue, costs, cost, commercial expenses, grain products, profit.*

The work examines indicators characterizing production volumes and costs for the production of bakery products. It has been established that the increase in enterprise costs is due not only to the expansion of sales markets, but also to the increase in the cost of consumed resources.