МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

(ФГБОУ ВО «КубГУ»)

Экономический факультет

Кафедра экономики предприятия, регионального и кадрового менеджмента

КУРСОВАЯ РАБОТА

по дисциплине «Экономика организации предприятия»

**СЕБЕСТОИМОСТЬ И РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОДУКЦИИ, ПУТИ СНИЖЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ**

Работу выполнила \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_А.В. Позднякова

(подпись)

Специальность 38.05.01 «Экономическая безопасность» курс 2 ЗФО

(код, наименование)

Специализация Экономико-правовое обеспечение экономической деятельности

Научный руководитель

к.э.н., доцент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Е.В. Слепцова

 (подпись, дата)

Нормоконтролер

к.э.н., доцент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Е.В. Слепцова

(подпись, дата)

**СОДЕРЖАНИЕ**

Введение…………………………………………………………………………...3

1 Теоретико-методические основы формирования себестоимости и реализации продукции …………...........................................................................5

* 1. Себестоимость продукции: понятие, виды, методы расчета……………5
	2. Нормативно-правовое регулирование формирования себестоимости продукции………………………………………………………………….12

1.3 Методы управления себестоимости продукции и организации реализации продукции ……………………………………………...………..…16

2 Исследование формирования себестоимости и реализации продукции на предприятии (на примере АО «Анапский хлебокомбинат») ……………..….21

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия……….21

2.2 Анализ и оценка формирования себестоимости и реализации продукции на предприятии…………………………………………………...…29

2.3 Рекомендации по снижению себестоимости продукции и оптимизации ее реализации……………………………………………………………….…....33

Заключение……………………………………………………………………….37

Список использованных источников…………………………………………...39

# ВВЕДЕНИЕ

Актуальность данной темы обусловлена тем, что любая коммерческая организация работает ради получения максимальной прибыли. Прибыль в общем виде — это разность между выручкой и себестоимостью продукции предприятия.

Себестоимость характеризует издержки фирмы по производству и реализации продукции.

Для обеспечения более устойчивого положения на рынке предприятию необходимо улучшать качество продукции, снижать цену на нее, а резерв совершенствования этих факторов заключен в себестоимости. Снижение себестоимости продукции определяет повышение рентабельности, достижение экономического эффекта и устойчивое функционирование.

Поэтому себестоимость продукции является важным элементом анализа производственно-хозяйственной деятельности предприятия.

Именно, поэтому нахождение путей снижения себестоимости важно в современных условиях.

Объект курсовой работы – АО «Анапский хлебокомбинат».

Предмет исследования – экономические отношения, складывающиеся по поводу себестоимости продукции и путей ее снижения в современных условиях.

Цель курсовой работы – провести анализ себестоимости продукции предприятия, выявить направления и пути ее снижения.

Задачи исследования для раскрытия темы:

* изучить понятие себестоимости и реализации продукции;
* провести организационно-экономическую характеристику АО «Анапский хлебокомбинат»;
* осуществить анализ и оценку себестоимости и реализации продукции АО «Анапский хлебокомбинат»;
* обосновать рекомендации по снижению себестоимости продукции, ее реализации в АО «Анапский хлебокомбинат».

Теоретической базой для написания курсовой работы послужили труды ученых и практиков по исследуемой проблеме.

Источником информации при проведении исследования явились данные бухгалтерской и финансовой отчетности предприятия за 2019–2021 гг.

В работе применялись следующие методы научного исследования: монографический метод, анализ, синтез и др.

 Структура курсовой полностью соответствует цели и задачам и состоит из: введения, 2 глав с подпунктами, заключения и списка использованных источников.

# 1 Теоретико-методические основы формирования себестоимости и реализации продукции

# Себестоимость продукции: понятие, виды, методы расчета

Себестоимость (издержки) – это денежное выражение затрат производственных факторов, необходимых для осуществления предприятием производственной и коммерческой деятельности, связанной с выпуском и реализацией продукции и оказанием услуг, то есть все то, во что обходиться предприятию производство и реализация продукта. В соответствии с определением издержек (себестоимости) производства следует различать себестоимость производства и реализации, выпуска продукции и продаж. Себестоимость выпуска (производства) продукции характеризует в денежном измерении все материальные затраты и затраты на оплату труда, которые в том или ином производстве падают на единицу и на весь объем выпускаемой продукции.

Приступая к рассмотрению сложных вопросов формирования себестоимости по производству и реализации продукции (работ, услуг), необходимо рассмотреть основные положения себестоимости как экономико-правовой категории. Хозяйственно-производственная деятельность на любом предприятии связана с потреблением сырья, материалов, топлива, энергии, с выплатой заработной платы, отчислением платежей на социальное и пенсионное страхование работников, начислением амортизации, а также с рядом других необходимых затрат. Посредством процесса обращения эти затраты постоянно возмещаются из выручки предприятия от реализации продукции (работ, услуг), что обеспечивает непрерывность производственного процесса. Для подсчета суммы всех расходов предприятия их приводят к единому показателю, представляя для этого в денежном выражении. Таким показателем и является себестоимость [1].

Себестоимость продукции (работ, услуг) является одним из важных обобщающих показателей деятельности фирмы (предприятия), отражающих эффективность использования ресурсов; результаты внедрения новой техники и прогрессивной технологии; совершенствование организации труда, производства и управления. Если себестоимость такого же или аналогичного продукта конкурентов ниже, то это означает, что производство и сбыт на нашем предприятии были организованны нерационально. Следовательно, необходимо внести изменения. Решить, какие нужны изменения, поможет опять же себестоимость, так как она является одним из факторов формирования ассортимента. Кроме того, себестоимость составляет часть стоимости продукции и показывает, во что обходится производство продукции для предприятия (фирмы), поэтому себестоимость является основным ценообразующим фактором. Чем больше себестоимость, тем выше будет цена при прочих равных условиях. Разница между ценой и себестоимостью составляет прибыль. Следовательно, для увеличения прибыли необходимо либо повысить цену, либо снизить себестоимость. Снизить ее можно путем сокращения включенных в нее затрат [2].

В соответствии с п.1 Положения о составе затрат по производству и реализации продукции (работ, услуг), включаемых в себестоимость, и о порядке формирования финансовых результатов, учитываемых при налогообложении прибыли, утвержденного Постановлением Правительства РФ от 01.07.95 №661 (Положение о составе затрат), себестоимость продукции (работ, услуг) представляет собой стоимостную оценку используемых в процессе производства продукции (работ, услуг) природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов, а также других затрат на ее производство и реализацию.

Как экономическая категория себестоимость продукции выполняет ряд важнейших функций:

* учёт и контроль всех затрат на выпуск и реализацию продукции;
* база для формирования оптовой цены на продукцию предприятия и определения прибыли и рентабельности;
* экономическое обоснование целесообразности вложения реальных инвестиций на реконструкцию, техническое перевооружение и расширение действующего предприятия;
* определение оптимальных размеров предприятия;
* экономическое обоснование и принятие любых управленческих решений и др.

Виды издержек на производство продукции:

1. Явные издержки – это альтернативные издержки, принимающие форму прямых (денежных) платежей поставщикам факторов производства и промежуточных изделий. В число явных издержек входит зарплата, выплачиваемая рабочим, жалованье менеджеров, комиссионные выплаты торговым фирмам, выплаты банкам и другим поставщикам финансовых услуг, гонорары за юридические консультации, оплата транспортных расходов и т. д.
2. Существуют также неявные издержки. К их числу относятся альтернативные издержки использования ресурсов, принадлежащих владельцам фирмы (или находящиеся в собственности фирмы, как юридического лица). Эти издержки не предусмотрены контрактами, обязательными для явных платежей, и поэтому остаются недополученными (в денежной форме) [28].
3. Различают внешние и внутренние издержки производства.

Внешними издержками называется плата за ресурсы поставщикам, не принадлежащим к собственникам фирмы.

Внутренние издержки – это издержки на собственные, неоплачиваемые ресурсы. К ним относятся: амортизация на восстановление основных средств, оплата труда владельцев фирмы и т. д.

1. Общие издержки производства – это сумма всех издержек внешних и внутренних, необходимых для того, чтобы привлечь и удерживать ресурсы в пределах, обеспечивающих экономически обоснованное функционирование фирмы.

Издержки производства имеют сложную структуру, которая определяет характер и условия использования в процессе производства.

Еще один важный метод классификации издержек основывается на учете временных горизонтов, на протяжении которых принимаются те или иные производственные решения.

1. Различают постоянные и переменные издержки производства.

Постоянными называются издержки, величина которых не изменяется в зависимости от объема производства, корректировка и регулирование которых требует большого времени, также именно они определяют размеры фирмы, параметры ее производственных мощностей. К ним относятся затраты на приобретение, содержание и поддержание земли, зданий и сооружений, оборудования. К переменным издержкам относятся затраты на приобретение сырья, оплату труда, транспорта, тепловых и энергетических ресурсов и т. д.

Также существуют пропорциональные затраты, величина которых не изменяется в связи с изменением объемов производства и непропорциональные, т. е. такие, которые изменяются прогрессирующим или депрессирующим образом при изменении объемов производства.

Более развернутую классификацию себестоимости (издержек) можно увидеть на рисунке 1.

#

# Рисунок 1 – Классификация издержек

Реализация продукции – поступление изготовленной продукции в народно-хозяйственный оборот с оплатой её по существующим ценам [18].

Реализованной считается продукция, отпущенная за пределы промышленного предприятия и оплаченная потребителем, сбытовой или торгующей организацией. Факт реализации продукции свидетельствует о том, что произведённая продукция необходима народному хозяйству для удовлетворения определённых общественных потребностей.

Реализация продукции является важнейшим экономическим показателем, характеризующим хозяйственно-финансовую деятельность промышленных предприятий, производственных объединений, министерств и ведомств.

 Реализация продукции по основной номенклатуре утверждается производственным предприятиям вышестоящей организацией в натуральном и стоимостном выражении, включая показатели качества. Количественные задания по реализации продукции устанавливаются на основе разрабатываемых плановыми органами и министерствами соответствующих материальных балансов. Для оценки качества реализуемой продукции определяются:

* объём и удельный вес продукции,
* качество которой находится на уровне лучших отечественных и зарубежных изделий соответствующего вида;
* объём и удельный вес изделий, аттестованных Государственным знаком качества;
* показатели сортности и др.

 В плановый объём реализованной продукции включается стоимость предназначенных к поставке потребителям и подлежащих оплате в планируемом периоде готовых изделий и полуфабрикатов собственного производства, а также работ промышленного характера, включая капитальный ремонт своего оборудования и транспортных средств, реализацию продукции своему капитальному строительству и непромышленным хозяйствам, находящимся на балансе предприятия [12]. При определении планового объёма реализованной продукции учитывается также изменение остатков:

* нереализованной продукции на начало и конец планируемого периода;
* готовых изделий на складе;
* товаров отгруженных, но не оплаченных, и т. д.

 Объём реализованной продукции рассчитывается, как правило, по заводскому методу, т. е. в стоимость планируемых к реализации готовых изделий и полуфабрикатов не включается та их часть, которая поступает во внутризаводской оборот и используется на собственные нужды предприятия. Для определения объёма в производственных объединениях, комбинатах и фирмах, состоящих из нескольких заводов и фабрик, не имеющих самостоятельного баланса, из совокупного объёма реализации всех предприятий, входящих в данное объединение, исключается внутризаводской оборот. Общий объём Р. п. по отрасли определяется как сумма объёмов реализованной продукции всех входящих в её состав предприятий.

 Плановый объём реализации определяется в оптовых ценах предприятий, принятых в плане (без налога с оборота), с учётом установленных в прейскурантах доплат и скидок, а в некоторых случаях — по неизменным ценам, применяемым для исчисления объёма товарной продукции.

 Фактический объём реализации продукции определяется:

а) в ценах, фактически действующих в отчётном периоде (для определения размеров фактической прибыли от реализации);

б) в оптовых ценах предприятий, принятых в плане (для оценки выполнения плана и темпов роста производства в сопоставимых ценах и для определения размеров фондов экономического стимулирования в соответствии с уровнем выполнения плана).

 В народно-хозяйственной практике продукция считается реализованной после поступления оплаты за неё от покупателя или заказчика на расчётный счёт или на спецссудный счёт предприятия-поставщика. При расчётах путём зачёта взаимных требований продукция считается реализованной после отражения результатов зачёта на счетах предприятия-поставщика. Продукция, отпущенная своему капитальному строительству, учитывается на счёте реализации по мере оплаты её банком с соответствующих счетов финансирования капитальных вложений [25].

 Основные подходы увеличения объёма реализации продукции:

1. выпуск продукции более высокого качества, пользующейся повышенным спросом у потребителей;
2. увеличение количества выпускаемой продукции; улучшение работы снабженческо-сбытовых и финансовых служб предприятий;
3. совершенствование кредитных и расчётных отношений; экономически обоснованная политика цен.
	1. **Нормативно-правовое регулирование формирования себестоимости продукции**

Учёт затрат и формирование себестоимости — это аспекты хозяйственной деятельности предприятия, которые должны регулироваться и регламентироваться различными нормами, правилами, стандартами, положениями, законами и другими нормативно-правовыми актами.

Данный подход к себестоимости является необходимостью, которая заключается в следующем:

1. Это необходимо для проведения полного комплексного экономического анализа (это значит, что анализируемая информация и аналитические показатели должны быть универсальными, т. е. любой компетентный специалист сможет легко и просто получить данные о деятельности предприятия, представленные в надлежащем и понятном виде);
2. Необходимы разные нормы и подходы к учёту состава затрат (разные цели учёта требуют различных способов их достижения - налоговые службы, органы статистики или аудиторские компании будут преследовать в своей деятельности отличающиеся друг от друга цели).

Для того, чтобы правильно и точно учесть все затраты (причём сделать это соответственно поставленной цели), необходимо сформировать подходящую нормативно-правовую базу. Эта база должна стимулировать целесообразное использование имеющихся ресурсов, не допускать безосновательного повышения затрат (на себестоимость). Всё это в итоге должно привести к положительному влиянию на отдельно взятое предприятие.

Понятие «себестоимость» можно встретить во многих нормативно-правовых актах Российской Федерации, важно для себя разграничивать как минимум два основных аспекта себестоимости. Первым является экономический - данный аспект носит комплексный анализ, значит, его можно найти в любых нормативных актах, которые непосредственно или опосредованно затрагивают понятие «себестоимость». Второй аспект - налоговый. С этой позиции нас больше будут интересовать нормативно-правовые акты, регулирующие налоговые отношения и налоговую систему нашей страны.

К настоящему времени в Российской Федерации уже сформировалась определённая система регулирования бухгалтерского финансового учёта. Она состоит из четырёх уровней. Каждый из них по-своему оказывает влияние на учёт затрат и определение себестоимости.

На первом уровне такими регуляторами выступают следующие НПА:

– Гражданский кодекс Российской Федерации, ч. 1, 2;

– Налоговый кодекс Российской Федерации, ч. 1, 2 (включая 25-ю главу);

– Федеральный закон «О бухгалтерском учёте»;

– Федеральный закон «Об упрощённой системе налогообложения, учёта и отчётности для субъектов малого предпринимательства»;

– Положение о бухгалтерском учёте и отчётности в РФ.

На втором уровне располагается Система национальных бухгалтерских стандартов - Положений по бухгалтерскому учёту (ПБУ).

На третьем уровне регуляторами выступают разного рода методические указания и рекомендации (в основном Министерства финансов), которые учитывают отраслевую специфику организаций.

На четвёртом уровне – рабочие документы и указания, разработанные внутри предприятия (основное из них - Положение об учётной политике организации).

Основной НА по вопросу состава затрат, который действует в настоящее время - ПБУ 10/99 «Расходы организации».

Согласно Налоговому кодексу Российской Федерации для исчисления налога на прибыль организаций используют следующую классификацию затрат:

1. материальные затраты включают расходы на:

– сырьё и материалы (за минусом возвратных отходов по цене возможного использования или реализации);

– покупные комплектующие изделия и полуфабрикаты;

– вспомогательные материалы;

– топливо и энергию для технологических или хозяйственных нужд;

– производственные услуги сторонних предприятий, а также своих хозяйств, которые не связаны с основной деятельностью.

Оценка перечисленных ресурсов вычисляется по цене приобретения за минусом возвратных налогов (акциз, НДС).

1. затраты на оплату труда состоят из расходов на оплату труда промышленно-производственного персонала, сюда же включают премии и другие выплаты.
2. отчисления на социальные нужды состоят из отчислений в государственные внебюджетные фонды ФСС, ФОМС и ПФР.
3. амортизация ОФ – равные сумме амортизационных отчислений затраты на полное восстановление ОПФ.
4. прочие, не вошедшие в ранее перечисленные элементы затрат: налоги, сборы, отчисления в специальные фонды, оплата услуг связи, вычислительных центров, затраты на командировки, страхование имущества, вознаграждения за изобретательство, арендная плата, оплата работ по сертификации продукции.

Предприниматели в праве по своему усмотрению выбирать периоды плана, способы и формы планирования себестоимости и затрат, её составляющих. Но, несмотря на это, предприятия всегда определяют себестоимость в двух вариантах:

1. Для достижения целей бухгалтерского учёта: в с/с включают все фактически произведённые и документально подтверждённые затраты (этот вариант даёт возможность установить реальную с/с продукции и достоверный объём прибыли и рентабельности организации).
2. Для достижения целей налогообложения: (согласно требованиям НК РФ) фактическая с/с уточняется с учётом утверждённых норм, лимитов и нормативов, установленным государством на отдельные лимитируемые статьи затрат, такие как расходы на командировки, горюче-смазочные материалы, представительские расходы и т. п. [32]
	1. **Методы управления себестоимости продукции и организации реализации продукции**

В условиях нестабильности и постоянно меняющихся тенденций в развитии экономики особую актуальность приобретает поиск новых конкурентных преимуществ, например путей сокращения издержек производства, повышения рентабельности продаж и спроса, снижения цен продажи, усиления внимания со стороны покупателей и т. п. [14].

В решении этих задач не последнюю роль играет качественный расчет себестоимости продукции. Об оптимальных вариантах ее расчета, а также об автоматизированных программных инструментах для такого расчета, и будет рассказано в этой пункте.

Себестоимость – это сумма затрат, то есть ресурсов (материалы, сырье, полуфабрикаты, энергия, работа наемных сотрудников), которые тратит производитель в ходе производства продукции и доведения ее до потребителя, но выраженных непосредственно в денежной форме.

Расчет себестоимости поможет в таких процессах, как:

1. оценка рентабельности;
2. обоснование ценообразования (опт, розница);
3. оценка эффективности использования производственных ресурсов;
4. расчет потенциальной прибыли предприятия.

Выбор способа расчета себестоимости зависит, прежде всего, от интересующего нас вида себестоимости:

* Плановая, она же нормативная. Вычисляется на базе норм потребления ресурсов (сырье, материалы, работы и т. д.), заранее заданных для производства каждой единицы продукции;
* Фактическая себестоимость. Вычисляется по аналогии с плановой, но уже представляет собой сумму фактически понесенных затрат предприятия на производство на конец отчетного периода. Если фактический показатель не совпадает с плановым, проводится их сравнительный анализ, чтобы выявить причины расхождения;
* Сметная себестоимость – вычисляется по разовым заказам и изделиям, будучи вариацией нормативной себестоимости.

Чтобы корректно рассчитать каждый вид, следует правильно классифицировать затраты [11].

Для общей оценки экономической эффективности предприятия часто применяется формула полной себестоимости. В самом простом варианте она выглядит так:

 $С\_{полн}$= $З\_{пр}$ + $Р\_{р}$ , (1)

где

$С\_{полн}$ – полная себестоимость,

$З\_{пр}$ – затраты на производство,

$Р\_{р}$ – расходы на реализацию.

Для рыночной экономики большую важность имеет не просто произведенная, а реализуемая продукция. Потому формула себестоимости приобретает следующий вид:

 $С\_{реал}$= $С\_{полн}$ – $С\_{нп} $, (2)

 где

 $С\_{реал} $ – себестоимость реализованной продукции

 $С\_{полн}- $полная себестоимость

 $С\_{нп}- $ себестоимость непроданной продукции.

Знание общей суммы расходов на производство и реализацию товара или услуги не дает достаточной информации для понимания и оценки отдельных элементов этой системы. Так из общей себестоимости не видна величина затрат на одну единицу продукции. Остаются неопределенными расходы на отдельный процесс. Для этого разработано множество специфических формул себестоимости, рассчитывающих отдельные величины.

С учетом того, что некоторые затраты зависят от объема производства, а некоторые нет, принято различать издержки переменные и постоянные.

Размер постоянных издержек вычисляется суммированием величин некоторых неизбежных затрат предприятия. Пример расчета:

 $ И\_{пост}$ = ЗП + $Р\_{ар}$+ А + $Н\_{имущ}$ + $Р\_{р}$, (3)

Где

$ И\_{пост}- $Постоянные издержки

ЗП – Постоянная часть зарплаты

 $Р\_{ар}- $Расходы на аренду и содержание помещений

 А – Амортизационные отчисления

$Н\_{имущ}- $Налоги на имущество

$Р\_{р}- $Расходы на рекламу.

Методика расчета переменных издержек в общем виде может быть представлена такой формулой:

Ипер= ЗП + $S\_{мат}$+ $S\_{эр}$+ $З\_{тр}$+ $З\_{ком}$ , (4)

где

$ И\_{пер}$– Переменные издержки

ЗП – Переменная часть зарплаты

$S\_{мат}-$ Стоимость сырья и материалов

$S\_{эр}-$ Стоимость энергоресурсов

$З\_{тр}-$Затраты на транспортировку продукции

$З\_{ком}$ – Переменная часть коммерческих расходов.

Анализ исполнения обязательств по договору в процессе продажи продуктов – это составляющая часть общего анализа реализации. Сами аналитические мероприятия при исследовании продаж зависят от важного момента: определяется ли выручка на предприятии по отгрузке товаров либо по их оплате [17].

Изучая объемы продаж, обязательно также исследуют исполнение обязательств по договору. Рассчитывается процент исполнения по следующей формуле:

 Кисп = $\frac{(ОПРпл – ОПРн)}{ОПРпл}$ \* 100%, (5)

где

К – коэффициент выполнения;

ОПРпл – планируемый объем реализации продуктов согласно имеющимся договорам и контрактам;

ОПРн – объем продукции, недопоставленный по договорным обязательствам.

Показатели выполнения обязательств по договорам исследуются с начала года нарастающим итогом. Они исчисляются в разрезе отдельных контрактов, сроков поставки, видов товаров.

Формула расчета объемов продаж зависит от закрепленного в учетной политике организации метода признания выручки.

Если речь идет о признании выручки по отгрузке, то баланс реализованных продуктов принимает такой вид:

 РПр = ОГПн + ВПрТ – ОГПк, (6)

где

Рпр – реализованная продукция;

ОГПн, ОГПк – остатки готовой продукции на начало и конец исследуемого периода;

ВпрТ – выпуск продукции товарной.

Здесь выполняется следующее равенство:

 РПр = ОтгрПр, (7)

где

Рпр – продукция реализованная, а ОтгрПр – отгруженная.

Но, как известно, исследованием абсолютных индикаторов анализ не ограничивается. Для более достоверной оценки работы предприятия необходимы относительные показатели, демонстрирующие эффективность тех или иных действий.

# 2 Исследование формирования себестоимости и реализации продукции на предприятии (на примере АО «Анапский хлебокомбинат»)

# 2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия

ОАО Анапский хлебокомбинат» - один из крупнейших заводов по производству хлебобулочных и кондитерских изделий на Черноморском побережье Краснодарского края.

В октябре 1943 года, через месяц после освобождения Анапы от оккупантов гитлеровской Германии, одним из первых в городе был восстановлен основной объект жизнеобеспечения города – Анапская мех пекарня. [3] Шли годы, восстанавливалось и наращивалось разрушенное весной производство, в 1962 году был сдан в эксплуатацию новый хлебозавод производственной мощностью до 100 тонн хлебобулочных изделий в сутки. В июле 1990 года на базе действующего и нового построенного хлебозавода был создан Анапский хлебокомбинат. Как оказалось, это был последний крупный объект хлебопекарной промышленности, возведенный в советский период истории нашего государства.

В августе 1993 года предприятие было акционировано в ОАО «Анапский Хлебокомбинат» с собственной торговой сетью и транспортным обеспечением. Основным акционером Хлебокомбината является государство в лице администрации Краснодарского края.

Сегодня хлебокомбинат является крупнейшим производителем хлебобулочных изделий в городе–курорте Анапа и на Черноморском побережье Краснодарского края – это современное, технически оснащенное предприятие, которое ежегодно разрабатывает новые рецептуры хлебобулочных изделий, расширяя ассортимент.

Деятельность АО «Анапский хлебокомбинат» ориентирована на выпуск и стабильное обеспечение населения муниципального образования город-курорт Анапа хлебобулочными изделиями. Для достижения поставленной задачи на комбинате проводятся мероприятия, позволяющие увеличить выпуск продукции, значительно улучшать ее качество, а также проводится большая работа по расширению рынков сбыта.

Юридический адрес организации – ул. Астраханская, 102, г-к. Анапа, Краснодарский край, Россия, 353440

ИНН/КПП 2301018284, 230101001, ОГРН 1022300516831, дата регистрации 15.11.2002, уставный капитал 19 000₽.

Генеральным директором является Чвикалов Сергей Викторович.

Основной вид деятельности организации – производство хлеба и мучных кондитерских изделий, тортов и пирожных недлительного хранения (код по ОКВЭД 10.71).

Дополнительно организация осуществляет следующие виды деятельности:

10.71.1 Производство хлеба и хлебобулочных изделий недлительного хранения.

10.72 Производство сухарей, печенья и прочих сухарных хлебобулочных изделий, производство мучных кондитерских изделий, тортов, пирожных, пирогов и бисквитов, предназначенных для длительного хранения.

46.38 Торговля оптовая прочими пищевыми продуктами, включая рыбу, ракообразных и моллюсков.

46.90 Торговля оптовая неспециализированная.

47.24 Торговля розничная хлебом и хлебобулочными изделиями и кондитерскими изделиями в специализированных магазинах.

55.10 Деятельность гостиниц и прочих мест для временного проживания.

55.90 Деятельность по предоставлению прочих мест для временного проживания.

56.10.1 Деятельность ресторанов и кафе с полным ресторанным обслуживанием, кафетериев, ресторанов быстрого питания и самообслуживания.

56.29 Деятельность предприятий общественного питания по прочим видам организации питания.

68.20 Аренда и управление собственным или арендованным недвижимым имуществом.

77.39.11 Аренда и лизинг прочего автомобильного транспорта и оборудования.

Среди всего ассортимента АО «Анапский Хлебокомбинат» предлагает следующие виды продукции:

1. Хлеба формового пшеничного и ржано-пшеничного.
2. Батонных, булочных и сдобных изделий из пшеничной муки.
3. Мелкоштучных сдобных и слоеных изделий.
4. Кондитерских изделий.

Производственно-технологический процесс производства хлебобулочных изделий в «АХК» состоит из 6 этапов:

1. Подготовка сырья и материалов к производству;

2. Изготовление теста, замес;

3. Разделка теста;

4. Выпечка изделий;

1. Охлаждение готовой продукции;
2. Хранение [24].

Основная цель финансового анализа предприятия — определить, сможет ли оно эффективно финансировать свою текущую производственную деятельность и перспективы долгосрочного развития. Информационной базой для такого анализа служит, в первую очередь, бухгалтерский баланс.

В данном анализе гораздо большую ценность приобретают относительные показатели, они более удобны для сопоставления в пространственно-временном разрезе.

Оценим финансовое положение АО «Анапский хлебокомбинат» за период 2019–2021 гг. (табл.2.1).

Таблица 2.1 – Структура имущества АО «Анапский хлебокомбинат», тыс. руб. [2]

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 31.12.2019 | 31.12.2020 | 31.12.2021 | 2021 к 2019 гг. |
| тыс. руб. | % |
| **Актив** | 92 289 | 98 998 | 105088 | 12799 | 13,87 |
| 1. Внеоборотные активы, в т. ч. | 51277 | 51937 | 58221 | 6944 | 13,54 |
| Основные средства | 48895 | 48418 | 56195 | 7300 | 14,93 |
| Финансовые вложения | 1 | 1 | 1 | 0 | 0,00 |
| Отложенные налоговые обязательства | 0 | 0 | 20 | 20 | Х |
| Прочие внеоборотные активы | 2381 | 3518 | 2005 | - 376 | - 15,79 |
| 2. Оборотные активы, в т. ч. | 41012 | 47061 | 46867 | 5855 | 14,28 |
| Запасы | 20459 | 18987 | 22509 | 2050 | 10,02 |
| НДС по приобретенным ценностям | 187 | 504 | 487 | 300 | 160,43 |
| Дебиторская задолженность | 19088 | 25665 | 21860 | 2772 | 14,52 |
| Денежные средства и денежные эквиваленты | 610 | 547 | 567 | - 43 | - 7,05 |
| Прочие оборотные активы | 668 | 1358 | 1444 | 776 | 116,17 |
| **Пассив** | 45593 | 49309 | 44185 | - 1408 | - 3,09 |
| 1. Капитал и резервы, в т. ч. | 46696 | 49689 | 50964 | 4268 | 9,14 |
| Уставный капитал | 19 | 19 | 19 | 0 | 0,00 |
| Резервный капитал | 3 | 3 | 3 | 0 | 0,00 |
| 2. Долгосрочные обязательства, в т. ч. | 0 | 0 | 9939 | 9939 | Х |
| Заемные средства | 0 | 0 | 7020 | 7020 | Х |
| 3. Краткосрочные обязательства, в т. ч. | 45593 | 49309 | 44185 | - 1408 | - 3,09 |
| Заемные средства | 6707 | 730 | 273 | - 6434 | - 95,93 |
| Кредиторская задолженность | 30529 | 37947 | 32324 | 1795 | 5,88 |
| Валюта баланса | 92289 | 98998 | 105088 | 12799 | 13,87 |

Анализ активов бухгалтерского баланса позволяет сделать следующие выводы. Все имущество АО «Анапский хлебокомбинат» увеличилось на 13,87 %, в том числе за счет быстрого роста внеоборотных активов (на 13,54 %) и оборотных активов (на 14,28 %).

 Рост оборотных активов связан с увеличением строки «НДС по приобретенным ценностям» на 116,17 % по сравнению с 2019 годом. Показатель доли запасов, который увеличился на 10,02 % в отчетном году, что говорит о том, что у организации нет существенного затоваривания склада.

Уменьшение доли денежных средств (на 7,05 %) свидетельствует о разумных способах управления компанией: деньги не замораживаются на расчетных счетах, а сразу расходуются на определенные цели.

Третий раздел баланса в АО «Анапский хлебокомбинат» в отчетном году увеличился на 7 % и составил 50 964 тыс. руб., что говорит о небольшом изменении капитала.

Стабильность объемов собственных источников средств при этом может показывать, что фирма справляется с соответствующим ростом затрат на обслуживание долга.

Рост долгосрочных обязательств может быть связан с приобретением компанией новых внеоборотных активов. Строка «долгосрочные заемные средства» составила 7 020 тыс. руб.

Для оценки стоимости чистых активов составляется расчет по данным бухгалтерской отчетности. Порядок расчета утвержден Приказом Министерства финансов РФ от 28.08.2014 г. № 84н «Об утверждении Порядка определения стоимости чистых активов».

Сумма чистых активов характеризует финансовое состояние организации за отчётный период. [22] Чистые активы оценивают реальную стоимость имущества организации, подтверждённую собственным капиталом, которая остаётся в распоряжении собственников при условии полного погашения организацией своих обязательств.

Таблица 2.2 – Оценка стоимости чистых активов АО «Анапский хлебокомбинат»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2019 г. | 2020 г. | 2021 г. | Изменение |
| тыс. руб. | в % |
| Чистые активы | 46 696 | 49689 | 50964 | 4 268 | 9,14 |
| Уставный капитал | 19 | 19 | 19 | X | X |
| Превышениечистых активов над уставным капиталом | 46 677 | 49 670 | 50 945 | 4 268 | 9,14 |

Чистые активы организации на последний день анализируемого периода намного сильно превышают уставный капитал. Определив текущее состояние показателя, следует отметить увеличение чистых активов на 9,14 % за весь анализируемый период.

Превышение чистых активов над уставным капиталом и в то же время их увеличение за период говорит о хорошем финансовом положении организации.

Для более детального анализа финансовой устойчивости АО «Анапский хлебокомбинат» обратимся к данным следующей таблицы.

Таблица 2.3 – Динамика коэффициентов ликвидности в АО «Анапский хлебокомбинат»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Значение показателя | Изменение показателя | Рекомендованное значение |
| 2019 г. | 2020 г. | 2021 г. |
| Коэффициент абсолютной ликвидности | 0,9 | 1,0 | 1,1 | 0,2 | > 0,2 |
| Коэффициент критической ликвидности | 0,0 | 0,0 | 0,1 | 0,1 | > 0,8 |
| Коэффициент текущей ликвидности | 0,9 | 0,9 | 1,1 | 0,2 | > 2,0 |

Коэффициент абсолютной платежеспособности в 2021 г. составил 1,1, что выше уровня 2019 г. на 0,2, и соответствует нормативному значению. Увеличение данного коэффициента произошло за счет увеличения доли денежных средств в структуре активов организации.

Коэффициент текущей ликвидности ни разу не принял нормальное значение. В 2021 г. коэффициент равен 1,1 при нормативном значении 2.

За весь период коэффициент критической ликвидности не принимал нормативное значение. В целом, изменение произошло незначительное.

Проведем анализ основных результатов финансово-хозяйственной деятельностиАО «Анапский хлебокомбинат» в таблице 2.4.

Таблица 2.4 – Основные результаты финансово-хозяйственной деятельности организации АО «Анапский хлебокомбинат», тыс. руб. [2]

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 31.12.2019 г. | 31.12.2020 г. | 31.12.2021 г. | 2021 г. к 2019 г. |
| тыс. руб. | % |
| Выручка | 303229 | 366428 | 377946 | 74717 | 24,64 |
| Себестоимость | 194844 | 241390 | 252354 | 57510 | 29,52 |
| Валовая прибыль | 108385 | 125038 | 125592 | 17207 | 15,88 |
| Коммерческие расходы | 60159 | 71428 | 82641 | 22482 | 37,37 |
| Управленческие расходы | 32485 | 37221 | 37470 | 4985 | 15,35 |
| Прибыль от продаж | 15741 | 16389 | 5481 | -10260 | -65,18 |
| Проценты к получению | 0 | 0 | 0 | 0 | Х |
| Проценты к уплате | 1605 | 664 | 279 | -1326 | -82,62 |
| Прочие доходы | 10219 | 9825 | 16246 | 6027 | 58,98 |
| Прочие расходы | 16221 | 16292 | 14883 | -1338 | -8,25 |
| Прибыль до налогообложения | 8134 | 9258 | 6565 | -1569 | -19,29 |
| Налог на прибыль | 3087 | 3489 | 2158 | -929 | -30,09 |
| Чистая прибыль | 5047 | 5769 | 4407 | -640 | -12,68 |
| Рентабельность продаж, % | 5,2 | 4,5 | 1,5 | -3,7 | -71,15 |

Годовая выручка за 2021 год составила 377 946 тыс. руб., что на 24,64 % больше, чем в 2019 году. При этом отслеживается тенденция увеличения выручки. Это могло произойти за счет увеличения себестоимости продукции на 29,52 % по сравнению с 2019 годом.

Также это связано с мероприятиями по профилактике коронавирусной инфекции в соответствии с требованиями Роспотребнадзора РФ. Вся выпускаемая продукция упаковывалась, что привело к значительным расходам на упаковочные материалы, приобретением упаковочной машины и дополнительным расходам на персонал.

Ввиду возрастающих из года в год коммерческих и управленческих расходов прибыль от продаж уменьшилась в 2021 г. по сравнению с 2019 г. на 65,18 % и составила 5 481 тыс. руб.

Рентабельность продаж в 2021 г. составила 1,5 %. Имеет место отрицательная динамика данного показателя по сравнению с 2019 годом (-71,15 %). Таким образом, за весь анализируемый период у предприятия была чистая прибыль. При этом заметно снижение объема данного показателя. В отчетном году ЧП уменьшилась на 12,68 % и составила 4 407 тыс. руб.

Далее проведем анализ показателей платежеспособности и финансовой устойчивости АО «Анапский хлебокомбинат» в таблице 2.5.

Таблица 2.5 – Относительные показатели платежеспособности и финансовой устойчивости АО «Анапский хлебокомбинат».

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Нормативное значение | 31.12.2019 г. | 31.12.2020 г. | 31.12.2021 г. | 2021 г. к 2019 г. |
| абс изм. | % |
| Коэффициент капитализации | Не выше 1,5 | 0,98 | 0,99 | 1,06 | 0,09 | 8,77 |
| Коэффициент автономии | >0,5 | 0,51 | 0,5 | 0,48 | -0,03 | -5,88 |
| Коэффициент обеспеченности собственными источниками финансирования | >0,5 Нижняя граница 0,1 | -0,11 | -0,05 | -0,15 | -0,04 | 38,62 |
| Коэффициент финансирования | >0,7 | 1,25 | 1,28 | 1,20 | -0,06 | -4,46 |
| Коэффициент финансовой устойчивости | >0,6 | 0,51 | 0,50 | 0,58 | 0,07 | 14,54 |

Коэффициент капитализации в 2021 г. составляет 1,06. Данное значение соответствует нормативному (меньше 1,5), т. е. собственный капитал превышает заемный. Этот факт подтверждает и коэффициент финансирования, который принял значение 1,20, а значит соответствует нормальному уровню (больше 0,7).

Коэффициент автономии на начало периода составил 0,51, а на конец – 0,48. Минимальное значение данного коэффициента составляет 0.5. Чем выше коэффициент автономии, тем более устойчиво финансовое положение организации.

Коэффициент обеспеченности собственными источниками финансирования характеризует наличие собственных оборотных средств, необходимых для финансовой устойчивости организации.

Коэффициент обеспеченности собственными источниками финансирования характеризует отсутствие собственных оборотных средств, необходимых для финансовой устойчивости организации. Так, за анализируемый период данный показатель имел отрицательные значения, при этом все больше понижаясь.

Так, становится ясным, что активы организации сформированы за счет собственного капитала. АО «Анапский хлебокомбинат» не сильно зависима от внешних источников финансирования.

### **2.2 Анализ и оценка формирования себестоимости и реализации продукции на предприятии**

Анализ себестоимости продукции позволяет выявить возможности увеличения эффективности использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов в производстве, поставке и сбыте продукции.

Анализ затрат по элементам позволяет обособить материальные затраты от трудовых затрат и рассчитать вновь созданную стоимость продукции. [15] Исследование себестоимости продукции позволяет дать более правильную оценку уровню прибыльности и показателей рентабельности, достигнутых на предприятиях.

Рассмотрим структуру себестоимости товарной продукции по элементам в таблице 2.6.

Таблица 2.6 – Структура затрат в АО «Анапский хлебокомбинат», тыс. руб. [1]

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 31.12.2019 г. | 31.12.2020 г. | 31.12.2021 г. | Отклонение 2021 к 2019 г., % |
| тыс. руб. | в % к итогу | тыс. руб. | в % к итогу | тыс. руб. | в % к итогу |
| Материальные затраты  | 114408 | 37,99 | 159003 | 44,29 | 163315 | 42,89 | 42,75 |
| Расходы на оплату труда  | 98095 | 32,58 | 107742 | 30,01 | 129933 | 34,13 | 32,46 |
| Отчисления на социальные нужды  | 29459 | 9,78 | 32644 | 9,09 | 39555 | 10,39 | 34,27 |
| Амортизация  | 11060 | 3,67 | 11138 | 3,10 | 12026 | 3,16 | 8,73 |
| Прочие затраты  | 48105 | 15,97 | 48513 | 13,51 | 35918 | 9,43 | -25,33 |
| Итого по элементам  | 301127 | 100,00 | 359040 | 100,00 | 380747 | 100,00 | 26,44 |
| Изменение остатков незавершенного производства, готовой продукции и др.  | 0 | Х | 0 | Х | 0 | Х | Х |
| Итого расходы по обычным видам деятельности  | 301127 | Х | 359040 | Х | 380747 | Х | 26,44 |

Снижение показывают только прочие затраты, отклонение составило 25,33 %. Следует отметить, что к прочим расходам относятся произведенные затраты, которые были сделаны в интересах предприятия, но не которые не относятся к основным расходам. Проще говоря, это расходы, которые не затрагивают основного производства продукции.

Амортизация увеличивалась, так как наблюдался рост стоимости основных средств предприятия.

Структура себестоимости продукции в 2021 году на 42,89 % состоит из материальных затрат. И в стоимостном выражении эти затраты составили 163 315 тыс. рублей, что на 42,75 % больше, чем в 2019 году. В целом, все остальные составляющие затрат растут.

Анализ затрат на 1 рубль товарной продукции проводится с целью углубленного изучения влияния использования производственных ресурсов.

Общая сумма затрат зависит от объема производства, его структуры, изменения переменных и постоянных затрат, которые, в свою очередь, могут увеличиваться или уменьшаться из-за ресурсоёмкости продукции и цен на потребляемые ресурсы.

Затраты – это основа, за счет которой формируется себестоимость продукции. Они могут увеличиваться или уменьшаться в зависимости от объема применяемых трудовых и материальных ресурсов, уровня техники, организации производства и других факторов, чем выше затраты, тем ниже прибыль и наоборот, то есть между этими показателями существует обратная функциональная связь. Поэтому производитель имеет множество рычагов снижения затрат, которыми он может воспользоваться при правильном управлении. [25]

Для анализа влияния затрат на 1 рубль товарной продукции составляется аналитическая таблица 2.7.

Таблица 2.7 – Анализ влияния затрат на 1 рубль товарной продукции предприятия в АО «Анапский хлебокомбинат»

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2019 г. | 2020 г. | 2021 г. | Отклонение 2021 г. от 2019 г. | Темп прироста 2021 г. от 2019 г., % |
| Полная себестоимость, тыс. руб. | 301127 | 359040 | 380747 | 79 620 | 26,44 |
| Объем выпускаемой продукции, тыс. руб. | 303229 | 366428 | 377946 | 74 717 | 24,64 |
| Затраты на 1 руб. товарной продукции, руб. | 0,99 | 0,98 | 1,01 | 0,02 | 1,44 |

Ввиду того, что и полная себестоимость, и объем продукции росли одновременно небольшими темпами, затраты на 1 руб. продукции сильно не изменились. Так, в 2021 году произошло увеличение затрат на 1 рубль товарной продукции на 0,02 руб.

Для снижения себестоимости продукции и всего производства необходимо постоянно контролировать рациональность использования ресурсной базы. В АО «Анапский хлебокомбинат» ведется строгий учет используемых ресурсов. Помимо сырья организация старается сократить объемы потребляемых электроэнергии, топлива и других ресурсов. Для этого оно внедрило энергосберегающую технику.

Чтобы оценить пользу введенной в эксплуатацию техники, обратимся к данным следующей таблицы 2.8.

Таблица 2.8 – Динамика использованных энергетических ресурсов АО «Анапский хлебокомбинат» [1]

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Виды энергетических ресурсов | Количество | Изме-нение, % | Сумма, тыс. руб. | Изме-нение, % |
| 2019 г. | 2020 г. | 2021 г. | 2019 г. | 2020 г. | 2021 г. |
| Электроэнергия  | 1190,4 | 1260,5 | 1451,6 | 21,94 | 8454416 | 9509522 | 11106808 | 31,37 |
| Газ природный | 1296,9 | 1286,6 | 1341,7 | 3,45 | 9210564 | 9516516 | 10049139 | 9,10 |
| Дизельное топливо | 51766 | 53938 | 42962 | -17,01 | 1826754 | 2358308 | 1946058 | 6,53 |
| Бензин  | 10783 | 8749 | 5109,6 | -52,61 | 390835 | 386164 | 236474,4 | -39,50 |
| Газ (пропан), л. | 211357 | 254556 | 286043,7 | 35,34 | 4015573 | 5705250 | 6652160,4 | 65,66 |

На основании данных таблицы можно сделать вывод, что АО «Анапский хлебокомбинат» в 2021 г. стало использовать больше энергетических ресурсов по всем видам. Так, например, объем потребляемой электроэнергии вырос на 21,94 %.

Основными резервами снижения себестоимости продукции в АО «Анапский хлебокомбинат» являются:

1) увеличение объема производства продукции за счет использования производственных мощностей предприятия;

2) сокращения издержек производства за счет повышения уровня производительности труда, экономного использования сырья, материалов, электроэнергии, топлива, сокращения непроизводительных расходов, и т. д.

Проведенный анализ говорит о тенденции к росту себестоимости продаж исследуемой организации в 2019–2021 гг.., поэтому необходимо предложить программу оптимизации затрат. Контроль над реализацией нормы расходования средств позволит уменьшить избыточные надбавки к промышленным резервам организации. Общее снижение себестоимости создаст возможность снизить цены продаж, что, в свою очередь, повысит конкурентоспособность продукции.

* 1. **Рекомендации по снижению себестоимости продукции и оптимизации ее реализации**

Резервы снижения затрат бывают внешние (изменение таможенных пошлин, ограничение роста цен на энергоносители и сырьё) и внутрихозяйственные, т. е. поиск возможностей для более полного использования ресурсов предприятия.

Резервы могут быть выявлены за счёт следующих источников:

1) снижение общепроизводственных и общехозяйственных расходов;

2) недопущение перерасхода по отдельным статьям затрат по каждому виду продукции;

3) снижение стоимости услуг, оказанных основному производству вспомогательными и обслуживающими производствами;

4) использование возможностей роста производства продукции при той же величине затрат (более полное использование машин и оборудования и т. д.) [16].

От уровня себестоимости продукции во многом зависит эффективность деятельности предприятия: чем ниже себестоимость, тем большую прибыль может получить предприятие. От решения проблемы снижения издержек на предприятии во многом зависит устойчивость его финансового состояния, платежеспособность и кредитоспособность. Нацеленность на снижение затрат должна быть атрибутом хозяйствования. В этой связи необходим постоянный поиск и максимально быстрая мобилизация резервов снижения издержек предприятия.

Согласно проведённому анализу, удалось выяснить, что в структуре себестоимости АО «Анапский хлебокомбинат» наибольшую долю занимают материальные и трудовые ресурсы, следовательно, преимущественным направлением минимизации издержек будет снижение именно этих затрат.

Уменьшение материальных затрат на производство может являться следствием повышения технического уровня производства: внедрение новой, прогрессивной технологии, механизация и автоматизация производственных процессов; улучшение использования и применение новых видов сырья и материалов, также использование местного сырья. Нужно использовать более дешевые материалы, не снижая в то же время качество продукции. При приобретении сырья и материалов нужно всесторонне оценивать качество и цену сырья, условия поставок, то есть тщательно подходить к выбору поставщика.

Рассмотрим решение проблемы снижения себестоимости АО «Анапский хлебокомбинат» более детально. Согласно данным внутренней отчетности исследуемого предприятия за 2018–2020 гг. значительных тенденций в динамике материалоотдачи и материалоемкости не наблюдалось (рисунок 2.1).

Рисунок 2.1 – Динамика эффективности использования материальных затрат АО «Анапский хлебокомбинат»

Из рисунка видно, что в анализируемом периоде показатель материалоемкости то снижался, то повышался. Материалоемкость уменьшилась на 0,34 - с 2,65 до 2,31, а материалоотдача возросла на 0,6 с 0,37 до 0,43. Между тем данная динамика несущественная и неустойчивая, что не может свидетельствовать о достаточной эффективности использования материальных затрат. Из-за этого в организации сложился низкий уровень рентабельности материальных расходов и происходило его снижение. Причиной этому явился рост материальных расходов на фоне снижения прибыли от продаж.

Снижение затрат на оплату труда может быть достигнуто в результате совершенствования организации производства и труда. Снижение себестоимости может произойти в результате изменения в организации производства.

По результатам исследования необходимо внести следующие рекомендации по снижению себестоимости продукции в организации:

* повышение технического уровня производства (применение электронно-вычислительных машин, усовершенствование имеющегося оснащения, применение отходов и т. д.);
* рост эффективности управления производством;
* снижение текущих затрат (совершенствование обслуживания основного производства) уменьшение затрат живого труда (сокращение потерь рабочего времени, уменьшение числа рабочих, не выполняющих норм выработки);
* сокращение расходов на управление и экономия заработной платы и начислений на нее в связи с высвобождением управленческого персонала устранение потерь, в т. ч. от брака и простоев.
* сокращение цеховых и общезаводских расходов.
* увеличение выпуска продукции или изменение её структуры, ассортимента и номенклатуры улучшение использования природных ресурсов освоение новых видов продукции.

Механизация и автоматизация сокращает в количественном выражении трудовые ресурсы, но требует привлечение более квалифицированного персонала, который по понятным причинам намного дороже.

Значительные резервы по сокращению себестоимости на предприятиях сферы материального производства заключены в проведении мероприятий по сокращению потерь в результате выпуска брака. В данном случае необходимо проводить анализ причин возникновения брака и их устранению, а также внедрение мероприятий по сокращению отходов производства.

Итогом анализа внутренних резервов предприятия и принятия управленческих решений должно быть общее снижение себестоимости продукции.

Таким образом, предприятию необходимо постоянно проводить анализ результатов внедрения тех или иных мероприятий и искать баланс между различными элементами затрат который удешевит конечную продукцию. Каждый элемент затрат должен постоянно анализироваться и в качестве отправной точки анализа должен быть расчет элементов затрат на один рубль товарной продукции.

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Себестоимость продукции – один из основных обобщающих показателей, в котором отражаются степень использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов, технический уровень производства, качество продукции. Поэтому решение проблемы её снижения непосредственно связано с повышением эффективности работы всего предприятия.

Для производственного предприятия выручка от реализованной продукции является главным источником средств для бесперебойной работы, что требует систематического контроля над выпуском, отгрузкой и реализацией готовой продукции, связанными с эти издержками и полученным финансовым результатом. Для эффективной деятельности предприятия крайне важно вести непрерывный учёт готовой продукции, контролировать реализацию, а также иметь налаженную систему расчётов с покупателями, что подтверждает актуальность выбранной темы.

В первой главе были рассмотрены основные теоретико-методические основы формирования себестоимости, в частности эволюция понятия издержек, классификация затрат, ключевые показатели реализации продукции и др.

Во второй главе приведена организационно-экономическая характеристика АО «Анапский хлебокомбинат», оценка имущества и стоимости чистых активов организации. Проанализировав финансовой состояние предприятия, можем сделать следующие выводы:

1. Увеличение имущества АО за счет роста внеоборотных активов на 13,54% и оборотных активов на 14,28%.

2. Рост долгосрочных обязательств с одновременным снижением объема краткосрочных обязательств.

3. Устойчивость финансового положения предприятия благодаря стабильности объемов собственных средств.

4. Увеличение превышения чистых активов над уставным капиталом, что свидетельствует о финансовой стабильности АО.

В результате оценки финансовых результатов предприятия отмечено снижение показателей прибыли от продаж, что в большинстве своем связано с ростом коммерческих и управленческих расходов, а также прибыли до налогообложения и чистой прибыли. Однако данные показатели остаются положительными.

В результате анализа затрат на производство продукции в АО «Анапский хлебокомбинат» было выявлено, что под влиянием роста всех элементов затрат увеличилась себестоимость продукции на 26,44% и составила 380747 тыс. руб.

Также был проведен анализ финансовой устойчивости предприятия, отражающий финансовое состояние фирмы, её ликвидность, рассчитаны коэффициенты автономии, которые свидетельствуют об уровне финансовой независимости предприятия, абсолютной ликвидности. Балансовая структура считается удовлетворительной, и предприятие является платежеспособным.

Был проведен анализ затрат на производство основных элементов затрат, а также анализ на 1 рубль товарной продукции. Необходимо отметить незначительное увеличение затрат на 1 рубль товарной продукции (1,44%), в результате чего предложены общие направления и пути снижения себестоимости.

# СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Аверчев И. Управленческий учет. Классификация затрат. Концепция и терминология // Московский бухгалтер. –  2017. – 193с.
2. АВС: Себестоимость без искажений / Э.В.Кондукова. – М.: Эксмо, 2010. – 288с.
3. Адамов Н., Кастуев А. Классификация затрат в управленческом учете // Финансовая газета. Региональный выпуск. – 2017.– 36с.
4. Акулич В.В.Экономический анализ себестоимости продукции, работ, услуг // Планово-экономический отдел. – 2016. – 70-74с.
5. АО «Анапский хлебокомбинат»: официальный сайт. URL: <http://anapa-hleb.ru/info/stock/>
6. Бехтерева Е.В. Себестоимость: от управленческого учета затрат до бухгалтерского учета расходов «Омела –Л», 2018. – 77с.
7. Блаженкова Н.М. Стратегический управленческий учет на промышленном предприятии // Бухгалтерский учет. – 2018.– 147с.
8. Блаженкова Н.М. Центры ответственности в системе управленческого учета предприятия // Бухгалтерский учет. – 2018.– 35с.
9. Бондарь А. Метод АВС для оператора связи. Учет затрат по процессам // Двойная запись. – 2015. – 7с.
10. Васильева Л.С. Бухгалтерский управленческий учет: учеб. Пособие / Л.С.Васильева, Д.И. Ряховский, М.В. Петровская. – М.: Эксмо, 2017. – 368с.
11. Вахрушина М.А. Бухгалтерский управленческий учет: учебник / М.А.Вахрушина. – Москва: Омега-Л, 2017. – 570с.
12. Воронова Е.Ю. Функциональный метод учета затрат // Аудиторские ведомости. – 2008. – 23с.
13. Головачев А.С. Экономика предприятия: учеб. - метод. комплекс/ А.С. Головачев и др.; под ред. В. И. Кудашева.-Мн.: Изд-во МИУ,2016. – 340 с.
14. Головачев А.С. Экономика предприятия. В 2 кн. Кн. 1.-Мн.: Изд-во МИУ, 2006.-364 с.
15. Глущенко А.В., Малий Н.А. Снижение себестоимости готовой продукции на основе анализа по элементам затрат // ЕГИ. 2021. №6 (38). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/snizhenie-sebestoimosti-gotovoy-produktsii-na-osnove-analiza-po-elementam-zatrat (дата обращения: 26.04.2022).
16. Илюхина Н.А. Калькулирование себестоимости: современные методы учета затрат // Аудиторские ведомости. – 2016. – 34с.
17. Кондраков Н.П. Бухгалтерский учет: Учебное пособие. – М.: ИНФРА – М, 2018. – 717с.
18. Котенева Е.Н., Краснослободцева Г.К., Фильчакова С.О. Управление затратами предприятия. – Издательско-торговая корпорация «Доликов и К», 2018. – 83с.
19. Кулаева Д. Управление затратами современной компании // Финансовая газета. Региональный выпуск. – 2016.– 28с.
20. Максименко А.Н. Организация управленческого ситуационного учета // Бухгалтерский учет. – 2015.– 37с.
21. Огородников А., Сульжиц И. Как снизить материальные затраты // Финансовый директор. – 2016 – 56-58 с.
22. Полозова А. Н., Бухарин С. В., Нейштадт М.Л., Лопатина П. А. Чистые активы как аналитический инструмент оценки безопасности экономической деятельности организации // Сахар. 2017. №7. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/chistye-aktivy-kak-analiticheskiy-instrument-otsenki-bezopasnosti-ekonomicheskoy-deyatelnosti-organizatsii
23. Положение ЦБ РФ от 12.10.2011 № 373-П "О порядке ведения кассовых операций с банкнотами и монетой»
24. Попандопуло К.Д., Шоль В.В., Завгородняя Е.В. Особенности организации управленческого анализа на предприятиях производства хлебобулочных изделий на примере АО «Анапский хлебокомбинат» URL: <https://elibrary.ru/download/elibrary_32841016_69827096.pdf>
25. Савицкая Г.В. Экономический анализ: учеб. / 13-е изд., испр.-М.: Новое знание, 2016. – 679 с.
26. Савицкая Г.В. Экономический анализ: учебник / Г.В.Савицкая. – М.: Новое знание, 2015. – 651с.
27. Суша Г.З. Экономика предприятия: учеб. Пособие / 3-е изд., испр, и доп.–М.: Новое знание, 2016. – 512 с.
28. Управленческий учет: Учебное пособие / под ред. А.Д.Шеремета. М: ИД ФБК ПРЕСС – М, 2012. – 500с.
29. Финансы предприятий: Учебник/ Л.Г.Колпина, Т.Н.Кондратьева, А.А.Лапко; Под ред.Л.Г.Колпиной.-Мн.: Выш.шк., 2013. – 336 с.
30. Хорнгрен Ч., Фостер Дж., Датар Ш. Управленческий учет, 10-е изд./ Пер.с англ.-СПб.: Питер, 2016. – 1008 с.
31. Экономика предприятия / В.Я.Хрипач, Г.З.Суша, Г.К.Оноприенко; под ред. В.Я.Хрипача. – 2-е изд. стереотипное, 2001.-464 с.
32. Экономика предприятия: учебное пособие / Л.Н. Нехорошева [и др.]. под общ. ред. Л.Н. Нехорошевой: Выш. шк., 2010. – 363–395 с.
33. Зайцев Н.Л. “Экономика промышленного предприятия” М; ИНФРА, 2019. – 47с.
34. Грузинов В.П. “Экономика предприятия” М. “Банки и биржи” “Юнити”, 2017. – 134–135с.
35. Карлик А.Е. “Экономика предприятия” М. Инфра-М, 2016. – 123с.
36. Семёнов В.М. “Экономика предприятия” М. Центр экономики и маркетинга, 2014. – 455с.