управление себестоимостью рыбной продукции

влияние себестоимости продукции на ассортиментную и ценовую политику рыбоперерабатывающего предприятия

Аннотация

Как добиться конкурентных ценовых преимуществ в рыбоперерабатывающей отрасли? Ведь себестоимость по своей сути является результирующим показателем производственной и сбытовой деятельности предприятия. В статье рассмотрена возможность управления себестоимостью продукции с использованием данных маржинального анализа.

Кузьмичева И.А.
соискатель, ст. преподаватель кафедры финансов и налогов, Владивостокский государственный университет экономики и сервиса
Irina.Kuzmicheva@vvsu.ru

Экономика за последние десятилетия получила мощный толчок, меняющий представление исследователей о сути происходящих явлений [1].

Конкурентоспособная цена отечественнй рыбной продукции определяется под углом зрения преимуществ, которые она имеет перед зарубежными. Стратегическое управление предприятиями рыбоперерабатывающего сектора экономики направлено на достижение двух основных целей: повышение добычи водных биологических ресурсов Мирового океана и увеличение потребления рыбопродукции населением Российской Федерации [2].

Недостаточная прибыльность и способы ее повышения

Основной проблемой рыбоперерабатывающих предприятий является недостаточная прибыльность основного вида деятельности. Это вызвано неэффективным управлением ценовой и ассортиментной политикой на предприятиях отрасли. Кроме того, сущест-

вующая методика расчета, планирования и контроля за себестоимостью не подходит для применения в современных, постоянно изменяющихся условиях [4].

Изначально себестоимость, при использовании нормативного метода, традиционного для отрасли, служила основой для формирования цены рыбопродукции. Однако полученная таким образом стоимость произведенной продукции не может использоваться для целей ценообразования и разработки ассортиментной политики организации рыбоперерабатывающих предпринимательских структур [3].

Проанализировав существующую систему определения себестоимости на рыбоперерабатывающих предприятиях, можно внести следующие предложения.

1. Сохранить существующую систему нормативного расчета себестоимости рыбопродукции, изучить и при необходимости скорректировать нормы расхода сырья, материалов, рабочего времени. Данная система доказала свою эффективность, она удобна для целей налогового и бухгалтерского учета предприятия [5].

2. Для определения качества менеджмента предприятия все выявленные отклонения от норматива при его превышении уровня маржинального дохода списывать не на себестоимость, а на счета прибыли и убытков с указанием причины и виновников возникновения отклонений [6].

3. Использовать такие продукты и технологии, участвующие в создании новых и уточнения существующих норм калькуляции, которые позволяют удерживать себестоимость рыбной продукции ниже возможных среднеотраслевых цен на готовую продукцию [1].

4. Усилить участие государства в формировании конкурентоспособной цены рыбопродукции [2, 3, 7].

...существующая методика расчета, планирования и контроля за себестоимостью не подходит для применения в современных, постоянно изменяющихся условиях

Ценовой коэффициент

Начало формирования себестоимости происходит в момент составления технологом технологических карточек на продукт. В них зало-

Ключевые слова: себестоимость, калькулирование себестоимости, ценовой коэффициент, ассортиментная политика, ценовая политика, управление себестоимостью

жены не только нормы закладки продукции, но и норма выхода готовой продукции [8].

Далее происходит закладка технологической программы, предусматривающей получение заказов от поставщика или от маркетинговой службы предприятия. Составляются плановые калькуляции, рассчитанные на каждый вид продукции в отдельности и весь выпуск. В калькуляциях затраты на продукцию делятся на постоянные и переменные.

В качестве минимальной цены необходимо устанавливать цену, равную сумме переменных затрат на производство продукции [8]. В качестве экспертной оценки был использован рассчитанный коэффициент запаса финансовой прочности по каждому виду продукции (ценовой коэффициент) [7, 9]:

Ценовой коэффициент = маржинальный доход (в денежном выражении) / цена продукции.

В результате проведенного расчета было выделено четыре группы продукции с разным уровнем значения коэффициента (*см. табл. 1 ниже*). Составленный рейтинг показывает вклад каждого продукта в покрытии понесен-

Таблица 1

Ранжирование продукции рыбоперерабатывающих производств по уровню ценового коэффициента

Ранг	Значение показателя*	Принимаемые решения
I группа	Ценовой коэффициент выше уровня маржинального дохода производственной программы	Нет необходимости принимать какие-либо управленческие решения
II группа	Ценовой коэффициент на одной высоте с уровнем маржинального дохода производственной программы	Продукция находится в точке безубыточности. Необходимо увеличивать объем выпуска и реализации
III группа	Ценовой коэффициент ниже уровня маржинального дохода производственной программы	Объем выпуска необходимо наращивать как минимум до точки безубыточности
IV группа	Отрицательное значение ценового коэффициента	Снятие продукции с производства

* производится сравнение индивидуального ценового коэффициента каждого вида продукции с рассчитанным коэффициентом запаса финансовой прочности для всего выпуска.

Таблица 2

Расчет финансового результата на программу (первоначальный вариант) на весь объем выпуска

Переменная часть себестоимости, тыс. руб.	Маржинальный доход, тыс. руб.	Постоянная часть себестоимости, тыс. руб.	Полная себестоимость, тыс. руб.	Выручка (без НДС), тыс. руб.	Прибыль, тыс. руб.	Рентабельность %
25 026,1	9129,6	6663,3	31 689,4	34 155,7	2466,3	7,7

ных затрат, участие каждого вида продукции в формировании прибыли от основного вида деятельности.

Расчет финансового результата

Разработанный подход может быть использован для оптимизации производственной программы анализируемой компании, повышения рентабельности производства. Номенклатура выпускаемой продукции исследуемого предприятия включает 84 вида продукции глубокой переработки водных биологических ресурсов и нерыбного сырья. Запас финансовой прочности равен 27%. Ранжирование показало следующее деление рыбопродукции на группы:

I группа – 24 вида рыбопродукции (ценовой коэффициент от 27,2% до 93%);

II группа – 2 вида рыбопродукции (ценовой коэффициент от 26,9% до 27,1%);

III группа – 32 вида рыбопродукции (ценовой коэффициент от 0,1% до 24,3%);

IV группа – 26 видов рыбопродукции (с отрицательным значением ценового коэффициента).

Продукция, отнесенная к IV группе, должна быть снята с производства. Продукция, отнесенная к III группе, нуждается в доведении объема выпуска, как минимум, до безубыточного.

Таким образом, после уточнения производственной программы при помощи ценового коэффициента необходимо приступить к следующему этапу (*см. табл. 2 выше*).

Данный расчет дает положительный финансовый результат, уровень рентабельности равен 7,7%. Часть выпуска составляет продукция с отрицательным маржинальным доходом,

Keywords:
cost,
cost calculation,
price factor,
assortment policy,
pricing policy,
cost management

поддерживать такое равновесие финансовому менеджменту организации нелегко. Это подтверждается тем, что предприятие имеет нестабильный финансовый результат по итогам месяца при выполнении заказа службы сбыта [9].

Коррекция программы

В целом наблюдается как положительный финансовый результат за месяц, так и отрицательный в течение отчетного периода. Учитывая тенденцию, сложившуюся в секторе, можно сказать, что постоянное балансирование на грани выпуска нерентабельной продукции приводит к убыточности некоторых предприятий по отрасли [7].

Изменения в производственной программе позволят получить данные, представленные в *табл. 3* (*см. ниже*) (все показатели неизменны, не менялся ни объем, ни уровень переменных затрат на единицу продукции).

Сравнение полученных результатов с базовыми, без учета предлагаемых структурных изменений в объеме выпуска, приводит к увеличению финансового результата, повышению рентабельности и конкурентоспособности выпускаемой рыбопродукции [8].

Таким образом, решения по управлению себестоимостью рыбной продукции должны приниматься неотрывно от решений по управлению ценовой и ассортиментной политикой.

Таблица 3

Расчет финансового результата на программу (скорректированный вариант по уровню ценового коэффициента) на весь объем выпуска

Переменная часть себестоимости, тыс. руб.	Маржинальный доход, тыс. руб.	Постоянная часть себестоимости, тыс. руб.	Полная себестоимость, тыс. руб.	Выручка (без НДС), тыс. руб.	Прибыль*, тыс. руб.	Рентабельность, %
21593,5	9669,4	6663,3	21593,5	31262,9	3006,1	13,92

* Прибыль = выручка – переменная часть себестоимости – постоянная часть себестоимости

Необходим постоянный мониторинг за уровнем маржинального дохода и выручки от реализации продукции.

...решения по управлению себестоимостью рыбной продукции должны приниматься неотрывно от решений по управлению ценовой и ассортиментной политикой

Литература

1. Абрютина М.С., Грачев А.В. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия. – М.: Дело и сервис, 2000. – 256 с.
2. Багриновский К.А. Современные методы управления технологическим развитием. – М.: РОССПЭН, 2001. – 270 с.
3. Васильев Ю.П. Управление развитием производства. Опыт США. – М.: Экономика, 1999. – 237 с.
4. Захаров С.Н. Показатели экономической эффективности производства продукции. – М.: МИСиС, 2000. – 190 с.
5. Модернизация экономики России: социальный контекст. В 4 кн. Кн. 2. – М.: ГУ-ВШЭ, 2004 – 557 с.
6. Реформирование предприятий: концепция, модель, программа. / Под ред. Г. Б. Клейнера. – М.: Консэко, 1998. – 96 с.
7. Структурные преобразования в промышленности – условие экономического роста. // Экономист. – 2000. – № 5. – С. 17–23.
8. Чейз Р., Эквилайн Н., Якобс Р. Производственный и операционный менеджмент. – М.: Вильямс, 2001. – 704 с.
9. Юрков С. Японская экономика 90-х годов: уроки антикризисных мер. // Мировая экономика и международные отношения. – 2000. – № 4. – С. 34–45.

pn

Kuzmichyova I.A.
Applicant, Senior lecturer, Chair of Finance and Taxes,
Vladivostok State University of Economics and Service

Influence of Production Costs on Product Line and Pricing of a Fish Processing Plant

Abstract

How to achieve competitive price advantage in the fish processing industry? After all, the cost is essentially the resulting indicator of production and marketing activities of the enterprise. The article considers the possibility of production cost control using the data of marginal analysis.