

УДК 338.5

СЕБЕСТОИМОСТЬ КАК ИНСТРУМЕНТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ И ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Травкина Е.А.

старший преподаватель кафедры экономической теории,

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных
технологий и дизайна,*

Санкт-Петербург, Россия

Аннотация

В статье рассматривается экономическая категория себестоимости продукции как комплексный показатель, отражающий совокупность затрат предприятия на производство и реализацию товаров. Автор акцентирует внимание на влиянии внутренних и внешних факторов, определяющих динамику себестоимости, а также на ее роли в системе управления предприятием. Особое внимание уделено классификации себестоимости на цеховую, производственную и полную, что позволяет использовать данный показатель как инструмент управленческого учета и стратегического планирования. Сделан вывод о значимости системного анализа себестоимости для повышения конкурентоспособности и финансовой устойчивости предприятия в условиях изменчивой рыночной среды.

Ключевые слова: себестоимость, затраты, издержки, ценовая политика, стратегическое управление, ценообразование.

COST PRICE AS A TOOL OF STRATEGIC PLANNING AND PRICING

Travkina E.A.

senior Lecturer at the Department of Economic Theory,

St. Petersburg State University of Industrial Technology and Design,

Saint Petersburg, Russia

Abstract

The article considers the economic category of cost of production as an integrated indicator that reflects the total costs of the enterprise for the production and sale of goods. The author focuses on the influence of internal and external factors that determine the cost dynamics, as well as its role in the management system of an enterprise. Special attention is given to the classification of production costs by workshop, production and full, which allows this indicator to be used as a tool for management accounting and strategic planning. Conclusion of the importance of system cost analysis to increase competitiveness and financial sustainability of enterprise in conditions of changing market environment.

Keywords: cost, expenses, pricing policy, strategic management, and pricing.

В условиях ограниченности ресурсов и необходимости достижения плановых показателей экономической эффективности немаловажную роль играет проведение систематического анализа соотношения произведенных затрат и полученных результатов. Выполнение анализа усложняется под воздействием инфляционных процессов, требующих постоянного сопоставления текущих производственных издержек с прогнозируемыми будущими расходами, обусловленными, как правило, факторами внешней среды.

Основополагающей стратегической задачей любого хозяйствующего субъекта является максимизация прибыли, определяемая как разность между совокупными доходами предприятия и совокупными затратами, включающими себестоимость продукции и издержки, связанные с осуществлением хозяйственной деятельности [1]. Размер прибыли предприятия зависит от объема реализованного товара и услуг, ценовой политики, производительности труда, а также величины производственных издержек. Исходя из этого одной из целей управления предприятием становится оптимизация себестоимости выпускаемой

продукции, направленная на повышение конкурентоспособности и финансовой устойчивости организации в долгосрочной перспективе [2].

Термин «себестоимость» впервые был введен в научный оборот во второй половине XIX века благодаря экономистам П. Прудону и Э. Форкаду [3]. П. Прудон в своих научных работах занимался активным исследованием вопросов труда, стоимости и распределения. В рамках критики капиталистической системы и поиска справедливых форм экономических отношений Прудон подчеркивал значимость учета реальных издержек производства, тем самым указывая на необходимость перехода от рыночной цены, которая, по его мнению, включала элементы прибавочной стоимости и спекулятивной прибыли, к цене, базирующейся на объективных затратах труда и ресурсов [3]. Иными словами, П. Прудон обращался к категории себестоимости как к выражению «чистой» стоимости продукции, не искаженной рыночной конкуренцией или эксплуатацией.

Стоит упомянуть о вкладе Э. Форкада, который был последователем традиций классической и неоклассической школы политической экономии, так, в своих работах Форкад систематизировал представления о структуре издержек производства, предложив теоретически обоснованное различие между валовыми затратами и себестоимостью, как конечной формой калькуляционного выражения затрат на единицу продукции [3].

Таким образом, введение научной дефиниции «себестоимость» в понятийный аппарат было связано с попытками теоретически осмыслить структуру производственных затрат и найти способы их справедливого соотношения с рыночной ценой. С точки зрения автора, вклад Прудона заключался в этической и социально-критической интерпретации категории себестоимости, тогда как Форкад акцентировал внимание на ее аналитической и учетной функции.

Следует отметить, что в последующем понятие себестоимости было углублено в трудах марксистской школы, где оно получило дальнейшее развитие

как категория, непосредственно связанная с теорией стоимости. Тем не менее именно благодаря П. Прудону и Э. Форкаду термин получил свое начальное теоретическое оформление.

В научной литературе представлен широкий спектр трактовок научной дефиниции «себестоимость», каждая из которых вносит вклад в раскрытие ее содержательной основы. Большое количество дефиниций данного понятия обусловлено различиями в методологических подходах к интерпретации, что, в свою очередь, способствует формированию более детализированного аналитического инструментария. Автором было определено, что под себестоимостью продукции понимается комплексная экономическая категория, представляющая собой обобщенную систему денежных затрат предприятия на производство и реализацию единицы продукции, включающую прямые и косвенные издержки, а также отражающую эффективность использования ресурсов и служащую базисом для ценообразования, оценки конкурентоспособности и принятия управленческих решений.

Себестоимость не является статичной величиной, поскольку ее значение может варьироваться в разные периоды времени в связи с воздействием множества факторов как внутреннего, так и внешнего происхождения. Учет этих факторов в расчетах позволяет точнее в дальнейшем оценивать рентабельность, адаптировать ценовую политику и корректировать производственные планы [4]. На рис.1 представлены факторы, влияющие на себестоимость продукции.



Рис.1 – Факторы, влияющие на себестоимость продукции [4]

1. К внутренним относятся факторы, на которые руководство предприятия может оказывать прямое воздействие, реализуя комплексные управленческие, организационные и технологические меры [4]. Эти обстоятельства определяются внутренней политикой предприятия и зависят от его ресурсной базы, стратегии развития и корпоративной культуры. Основными составляющими являются:

- материально-техническое обеспечение предполагает под собой уровень обеспеченности предприятия необходимыми ресурсами, их стоимость, надежность поставщиков и эффективность управления запасами, так как сбои в поставках или использование устаревших технологий могут привести к удорожанию продукции;

- ассортимент и объем выпуска влияют на себестоимость через масштабы производства, степень стандартизации продукции и использование производственных мощностей. К примеру, массовое производство, как правило, способствует снижению удельных затрат за счет эффекта масштаба;

– кадровый потенциал – квалификация работников и производительность труда влияют на уровень издержек, связанных с оплатой труда, числом технологических ошибок и простоев оборудования;

– организационно-управленческие решения могут выражаться через психологический климат и внутренние стимулы сотрудников, влияющие на эффективность производственной деятельности за счет чего, происходит снижение или повышение косвенных затрат.

2. Внешние факторы формируются вне рамок деятельности предприятия и не поддаются управлению со стороны его руководства. Однако игнорировать их воздействие невозможно, поскольку они опосредованно, но зачастую сильно влияют на конечную структуру производственных затрат [4]. К основным внешним факторам относятся:

– государственная политика выражается через изменения в законодательстве, налоговом регулировании, системе тарифов и субсидий;

– инфляционные процессы предполагают под собой рост цен на энергоносители, материалы и услуги, которые приводят к удорожанию сырьевой базы и т.д.;

– логистика и инфраструктура формируют значимую долю косвенных затрат в себестоимости продукции [4].

В целом, понимание внутренней структуры представленных выше факторов и их системная классификация позволяют управленческому персоналу предприятия определять затраты, а также выстраивать эффективную политику управления себестоимостью в условиях нестабильной рыночной среды.

Производственные предприятия применяют дифференцированный подход к расчету себестоимости продукции, поскольку данный подход позволяет более точно отражать этапы формирования издержек и эффективно управлять финансовыми потоками на разных уровнях хозяйственной деятельности. В рамках данного подхода принято выделять несколько разновидностей себестоимости: цеховую, производственную и полную [5].

1. Цеховая себестоимость представляет собой начальную ступень в системе калькулирования затрат и включает исключительно те расходы, которые непосредственно связаны с производственным процессом в пределах отдельного структурного подразделения – цеха. Цеховая себестоимости охватывает:

- затраты на сырье и основные материалы, в том числе стоимость вспомогательных компонентов, используемых при изготовлении продукции;
- амортизационные отчисления по производственному оборудованию и зданиям, находящимся в ведении цеха;
- оплату труда основных производственных рабочих и соответствующие начисления на фонд оплаты труда;
- энергозатраты (электроэнергия, газ, тепло), используемые в технологическом процессе;
- прочие цеховые расходы, включая обслуживание оборудования, текущий ремонт, спецодежду и иные статьи, зависящие от производственной специфики.

Следует отметить, что в цеховую себестоимость не включаются затраты, связанные с реализацией продукции, управлением предприятием в целом, маркетингом и логистикой.

2. Производственная себестоимость включает в себя цеховую себестоимость как основу и дополняется затратами, возникающими на заключительном этапе производства продукции. Эти затраты не относятся непосредственно к процессу изготовления, но являются обязательными для завершения производственного цикла. К ним относятся:

- расходы на упаковку, маркировку, этикетирование готовой продукции;
- оформление сертификатов и иной сопроводительной документации, подтверждающей соответствие продукции стандартам качества;
- затраты, связанные с техническим контролем качества и испытаниями;

- расходы на внутреннюю логистику по перемещению продукции со склада цеха на склад готовой продукции.

Таким образом, производственная себестоимость отражает полный производственный цикл, но все еще не включает элементы, связанные с продвижением и реализацией продукции на рынке.

3. Полная себестоимость является наиболее обобщающим показателем в системе калькулирования издержек. Она включает в себя производственную себестоимость и все коммерческие, управленческие и сбытовые расходы, понесенные организацией в процессе продвижения продукции на рынок. Среди типичных статей, включаемых в полную себестоимость, можно выделить:

- административно-управленческие расходы: содержание офиса, заработная плата руководства, бухгалтерии, отдела кадров и иных управленческих подразделений;
- издержки, связанные с деятельностью коммерческих служб — отделов закупок и продаж, логистики и внешнеэкономических связей;
- расходы на маркетинг, рекламу, участие в выставках, продвижение продукции в торговых сетях и цифровых каналах;
- логистические затраты на доставку продукции конечным покупателям, включая транспортные и складские издержки;
- расходы на обслуживание ИТ-инфраструктуры, юридическое сопровождение, охрану и другие функции общего назначения.

Полная себестоимость, благодаря своей универсальности, широко используется в анализе рентабельности как на уровне отдельного продукта, так и по предприятию в целом. Она позволяет объективно оценить коммерческую жизнеспособность продукции и служит ориентиром для формирования цены, обеспечивающей покрытие всех затрат и получение плановой прибыли.

Таким образом, себестоимость продукции представляет собой интегральный показатель, отражающий совокупность всех затрат, понесенных предприятием в процессе производства и реализации товаров. Ее экономическая

сущность заключается в способности отображать внутреннюю структуру затрат, выявлять узкие места производственного процесса и служить основой для расчета рентабельности. Разделение себестоимости на цеховую, производственную и полную обеспечивает гибкость в аналитике и адаптивность к различным целям управленческого учета. Понимание механизмов формирования себестоимости и факторов, влияющих на ее изменение, позволяет руководству предприятия принимать обоснованные решения, направленные на оптимизацию издержек, повышение конкурентоспособности и устойчивое развитие в условиях динамичной внешней среды.

Библиографический список:

1. Хохлова, А. В. Пути снижения и способы формирования себестоимости продукции / А. В. Хохлова // Актуальные вопросы науки и образования (шифр - МКАВН) : Сборник материалов XV Международной научно-практической конференции, Москва, 04 апреля 2025 года. – Москва: АНО ДПО «Университет ИТБО», 2025. – С. 439-443.
2. Свечнов, В. Д. Пути снижения себестоимости продукции / В. Д. Свечнов, К. Г. Коновалова // Вектор экономики. – 2024. – № 4(94).
3. Кузьмина, И. Н. Понятие и сущность себестоимости продукции / И. Н. Кузьмина // Экономика и социум. – 2022. – № 3-2(94). – С. 624-628.
4. Низовкина, Н. Г. Управление затратами предприятия (организации) : учебник для вузов / Н. Г. Низовкина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 178 с.
5. Дорман, В. Н. Коммерческая организация: доходы и расходы, финансовый результат : учебник для среднего профессионального образования / В. Н. Дорман ; под научной редакцией Н. Р. Кельчевской. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 117 с.

Оригинальность 82%