

УДК 336.67

ОПТИМИЗАЦИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ КАК СТРАТЕГИЧЕСКОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ПОВЫШЕНИЯ ПРИБЫЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Травкина Е.А.

старший преподаватель кафедры экономической теории,

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

Санкт-Петербург, Россия

Аннотация

Данная статья посвящена анализу себестоимости как ключевой детерминанты финансовой результативности предприятия. Раскрывается экономическая сущность взаимосвязи между издержками производства и реализации и процессом формирования конечной прибыли. Особое внимание уделяется не только прямому положительному эффекту от экономии затрат на рост показателей прибыльности, но и потенциальным негативным последствиям чрезмерного снижения издержек, способным привести к ухудшению качества и падению спроса. Рассматривается применение детерминированных факторных моделей, аналитических инструментов на основе маржинального подхода, а также методов структурно-динамического анализа затрат. Дополнительно анализируется использование показателей рентабельности, в частности рентабельности продукции и продаж, как индикаторов эффективности управления затратами. Обосновывается тезис о том, что управление себестоимостью в современных условиях требует не механического сокращения расходов, а системного, стратегического подхода к оптимизации производственных процессов на базе комплексного экономического анализа.

Ключевые слова: себестоимость, прибыль, рентабельность, маржинальность, управление затратами, экономический анализ.

COST OPTIMIZATION AS A STRATEGIC DIRECTION FOR INCREASING THE PROFITABILITY OF THE ENTERPRISE

Travkina E.A.

*senior Lecturer at the Department of Economic Theory,
St. Petersburg State University of Industrial Technology and Design,
Saint Petersburg, Russia*

Abstract

This article is devoted to the analysis of cost as a key determinant of the financial performance of an enterprise. The economic essence of the relationship between production and sales costs and the process of final profit formation is revealed. Special attention is paid not only to the direct positive effect of cost savings on profitability growth, but also to the potential negative consequences of excessive cost reduction, which can lead to a deterioration in quality and a drop in demand. The application of deterministic factor models, analytical tools based on the margin approach, as well as methods of structural and dynamic cost analysis is considered. Additionally, the use of profitability indicators, in particular profitability of products and sales, as indicators of cost management effectiveness is analyzed. The thesis is substantiated that cost management in modern conditions requires not a mechanical cost reduction, but a systematic, strategic approach to optimizing production processes based on a comprehensive economic analysis.

Keywords: cost, profit, profitability, marginality, cost management, economic analysis.

Себестоимость продукции – это совокупность всех затрат предприятия, непосредственно связанных с производством и реализацией единицы продукции, включая материальные, трудовые, амортизационные и иные расходы [1]. В системе бухгалтерского учета и финансового анализа себестоимость

традиционно рассматривается в рамках ее влияния на валовую, операционную и чистую прибыль предприятия. Таким образом, между себестоимостью продукции и финансовым результатом существует тесная взаимосвязь, обусловленная их экономической природой. Прежде всего, снижение себестоимости способствует увеличению валовой прибыли при сохранении неизменного уровня выручки от реализации. Это связано с тем, что валовая прибыль представляет собой разницу между выручкой и себестоимостью реализованной продукции. Иными словами, чем ниже затраты на производство, тем выше валовая прибыль, при прочих равных условиях. В свою очередь, валовая прибыль служит базой для формирования операционной прибыли, которая учитывает также управленческие и коммерческие расходы, а далее и чистой прибыли, отражающей конечный финансовый результат деятельности предприятия.

Важно отметить, что чрезмерная экономия на затратах, в частности, на сырье, квалифицированном персонале или инновационных технологиях, может привести к ухудшению качества продукции и, как следствие, к снижению спроса на нее.

Финансовый результат предприятия, выражаемый в форме чистой прибыли или убытка, представляет собой показатель, обобщающий влияние всех аспектов хозяйственной деятельности, включая объем продаж, уровень цен, структуру затрат, налоговую нагрузку и прочие факторы. Однако себестоимость продукции оказывает на него наиболее непосредственное и значительное влияние [2]. При высокой себестоимости даже значительные объемы продаж могут не привести к положительному финансовому результату, тогда как при эффективном контроле затрат возможно обеспечение устойчивой прибыльности даже в условиях ценовой конкуренции.

При изменении себестоимости и, как следствие, цены руководству необходимо провести тщательный анализ изменения затрат, выручки и прибыли.

В таблице 1 представим влияние изменения цен на финансовую составляющую компании.

Таблица 1 – Воздействие изменения цен на прибыль предприятия [3]

	Повышение цены	Снижение цены
Уменьшение прибыли	1. Высокий уровень инфляции. 2. Присутствие на рынке товаров-субститутов. 3. Предприятия-конкуренты оставляют цены неизменными. 4. Высокая степень чувствительности со стороны спроса потребителей. 5. В глазах покупателей первоначально установленная цена была обоснованно, а ее повышение является причиной отказа от приобретения товара.	1. Снижение цен со стороны конкурентов. 2. Наличие кризисного положения в экономике, где снижение цены на товар не компенсирует сокращение доходов покупателей. 3. Слабая эластичность спроса. 4. Обоснованность первоначальной цены. 5. Расширение доли рынка за счет снижения цены и не допуска входа на рынок конкурентов.
Увеличение прибыли	1. Наличие неудовлетворенного спроса на рынке. 2. Повышение цен предприятий-конкурентов. 3. Отсутствие чувствительности к ценам на рынке. 4. Рост вместительности рынка. 5. Более высокая цена делает товар привлекательным в глазах покупателей либо же приводит к расширению сегмента.	1. Увеличение спроса в следствии ухода с рынка конкурентов. 2. Выход на новые рынки сбыта. 3. Высокая эластичность спроса. 4. Снижение затрат на 1 ед. товара происходит быстрее, чем прибыль. 5. Снижение цены стало причиной расширения сегмента потребителей.

Отметим, что любое изменение цены либо издержек должно сопровождаться проведением анализа чувствительности финансовых результатов. Для этого необходимо провести расчет объема товарооборота, обеспечивающего получение желаемой прибыли при снижении либо повышении цены, постоянных или переменных издержек.

Для выявления степени влияния себестоимости на финансовый результат и последующего принятия обоснованных управленческих решений в экономическом анализе используются специализированные методы и системы показателей, применение которых позволяет объективно оценить структуру затрат, динамику их изменения, выявить резервы снижения издержек и

спрогнозировать финансовые последствия тех или иных управленческих воздействий.

1. Факторный анализ прибыли.

Факторный анализ представляет собой методику, направленную на количественную оценку степени влияния отдельных факторов на итоговый показатель — в данном случае, прибыль. Наиболее распространенной является модель детерминированного факторного анализа, где прибыль от продаж определяется как разница между выручкой от реализации и полной себестоимостью реализованной продукции [4].

Математическая модель имеет вид:

$$P = R - C$$

где P – прибыль;

R – выручка;

C – себестоимость продукции [4].

Метод цепных подстановок и метод абсолютных разниц позволяют количественно определить, какая часть изменения прибыли обусловлена изменением себестоимости. Отметим, что такой подход актуален при анализе динамики прибыли в разрезе нескольких отчетных периодов или при сопоставлении фактических данных с плановыми.

2. Анализ маржинального дохода.

Метод директ-костинг предполагает деление всех затрат на переменные и постоянные. В рамках данного подхода внимание уделяется маржинальному доходу, который представляет собой разницу между выручкой и переменными затратами. Именно он обеспечивает покрытие постоянных издержек и формирует прибыль. Формула маржинального дохода имеет следующий вид:

$$MD = R - VC$$

где R – выручка от реализации;

VC – переменные затраты [5].

Данный метод позволяет оценить влияние изменения переменной части себестоимости на финансовый результат. Кроме того, он широко используется для расчета точки безубыточности и анализа чувствительности прибыли к изменениям объемов производства.

3. Анализ структуры и динамики себестоимости.

Качественная оценка влияния себестоимости на финансовый результат невозможна без детального анализа ее структуры, а именно, распределения затрат по статьям. Данный анализ позволяет выявить наиболее затратные элементы, оценить их удельный вес и проследить тенденции их изменения во времени.

Применение метода горизонтального (динамического) и вертикального (структурного) анализа позволяет определить:

- изменения в удельном весе отдельных статей затрат;
- темпы прироста или снижения себестоимости;
- несоответствия между темпами роста себестоимости и выручки.

Определено, что, в совокупности, анализ структуры и динамики себестоимости способствует обоснованной корректировке стратегии управления затратами.

4. Коэффициентный анализ рентабельности.

Рентабельность является ключевым показателем, отражающим эффективность использования ресурсов и характеризующим способность предприятия генерировать прибыль относительно затрат. Рентабельность можно назвать комплексным показателем, который играет важную роль в финансовом анализе и стратегическом управлении, а также служит критерием для принятия инвестиционных решений.

Рентабельность целесообразно определить, как соотношение прибыли к различным экономическим базам, таким как выручка, активы или собственный капитал и др. Рентабельность демонстрирует, насколько эффективно

используются ресурсы компании для получения прибыли, и является индикатором финансового здоровья предприятия.

При анализе влияния себестоимости особое значение имеют следующие коэффициенты:

– рентабельность продукции характеризует сколько прибыли приходится на единицу затрат и рассчитывается по следующей формуле:

$$\text{Рентабельность}_{\text{продукции}} = \frac{\text{Прибыль от реализации продукции}}{\text{Себестоимость продукции}} \times 100\%$$

– рентабельность продаж демонстрирует, какую долю в выручке составляет прибыль, и зависит, в том числе, от уровня себестоимости:

$$\text{Рентабельность}_{\text{продаж}} = \frac{\text{Прибыль}}{\text{Выручка}} \times 100\%$$

Снижение себестоимости продукции, при прочих равных условиях, ведет к росту этих коэффициентов, отражая улучшение финансового состояния предприятия.

Таким образом, влияние себестоимости продукции на финансовый результат предприятия может быть оценено при помощи экономических методов и аналитических показателей. Применение факторного анализа, маржинального подхода, анализа рентабельности, а также современных интегральных моделей позволяет выявить причинно-следственные связи между затратами и прибылью, а также разработать меры по совершенствованию производственной и финансовой деятельности. Снижение себестоимости в условиях стратегического управления представляет собой не столько механическое сокращение затрат, сколько системную оптимизацию всех этапов производственного процесса с целью повышения общей эффективности и устойчивости предприятия.

Библиографический список:

1. Шадрина, Г. В. Управленческий и финансовый анализ : учебник для вузов / Г. В. Шадрина, К. В. Голубничий. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 288 с.
2. Айдынов, М. Р. Влияние изменения объема производства на себестоимость продукции / М. Р. Айдынов, Л. С. Боташева // Тенденции развития науки и образования. – 2024. – № 108-3. – С. 106-109.
3. Чеглакова, С. Г. Экономический анализ / С. Г. Чеглакова, И. В. Сократова : ООО Издательство "КУРС", 2022. – 176 с.
4. Толкачева, Е. Г. Методические аспекты факторного анализа себестоимости продукции и прибыли от реализации / Е. Г. Толкачева // Экономика. Бизнес. Финансы. – 2025. – № 4. – С. 3-7.
5. Таланова, Н. В. Маржинальный анализ в управлении финансовыми результатами организации / Н. В. Таланова, О. Л. Алексеева, В. П. Григорьев // Перспективные технологии и инновации в АПК в условиях цифровизации : Материалы IV Международной научно-практической конференции, Чебоксары, 07 февраля 2025 года. – Чебоксары: Чувашский государственный аграрный университет, 2025. – С. 510-512.

Оригинальность 79%