

Снижаем себестоимость товара: способы и формулы расчета

Екатерина ТАРАСЕВИЧ,
эксперт журнала

Себестоимость – один из наиболее важных показателей в анализе эффективности розничной торговли, т.к. он влияет на рентабельность бизнеса, организацию производственных процессов. В данной статье поговорим о способах расчета себестоимости и проанализируем, как она влияет на ценообразование.

ЧТО ВКЛЮЧАЕТ В СЕБЯ СЕБЕСТОИМОСТЬ

Себестоимость товара – это масштабное определение, которое включает все затраты на производство и реализацию товара. **При расчете себестоимости товара важно учесть ряд факторов, в т.ч.:**

- стоимость товара при покупке у поставщика/дистрибьютора;
- расходы на транспортную и складскую логистику. Сюда можно отнести затраты на доставку, обслуживание склада и другие расходы на товар, которые понесла компания с момента его закупки у поставщика до момента продажи конечному потребителю;
- оплату коммунальных платежей, если товар хранится на площадях продавца;
- зарплату сотрудников, обеспечивающих обслуживание предприятия (продавцы, менеджеры, кладовщики, уборщики помещений, операторы и т.д.);
- налоговые сборы в государственный бюджет;
- затраты на службу безопасности, видеонаблюдение, пожарную сигнализацию и другие необходимые моменты обслуживания помещений;
- обслуживание и ремонт производственной техники, оборудования.

Важно отметить, что вышеперечисленный список – примерный. Все сугубо индивидуально для разной специфики бизнеса. Чем больше факторов влияния на себестоимость будет учтено, тем меньше будет погрешность итоговой цифры.

ВАЖНО!

Владение точными аналитическими показателями помогает своевременно управлять факторами, влияющими на рентабельность бизнеса.

ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ ПЛАНИРОВАНИЯ

Почему важно определять и учитывать себестоимость на производстве с минимальной погрешностью?

Во-первых, **корректное определение себестоимости позволяет установить оптимальную адекватную торговую наценку.** Нужно определить розничную цену таким образом, чтобы товар оставался конкурентоспособным в своей категории на рынке, чтобы цена не отпугивала потенциальных покупателей. Поэтому себестоимость должна быть рассчитана максимально точно, и во избежание убытков для изготовителя, и для увеличения рентабельности бизнеса.

Во-вторых, **по себестоимости можно оценить рентабельность конкретных товарных позиций.** Определить маржинальность продукта можно с учетом как стоимости товаров при продаже, так и затрат на их реализацию. Таким образом, можно сформировать товарную матрицу, которая поможет увеличить рентабельность бизнеса, его доходность.

В-третьих, **себестоимость, рассчитанная максимально корректно, помогает не ошибиться в расчете налогов.** Если расходы учитываются в налоговой базе, следует определять их точно. В противном случае предприятие рискует переплатить.

ВАЖНО!

Себестоимость – это аналитическая составляющая, позволяющая увидеть реальное состояние расходов производства. В т.ч. это канал, через который можно скорректировать производственный план, издержки, расходы, затраты, чтобы вместе с тем повысить рентабельность компании.

Допустим, если себестоимость выходит слишком большой, можно скорректировать затраты на упаковку, либо на сырье, если это возможно без потери качества, либо внести сокращение затрат по другим статьям, тем самым сохранив привлекательную для клиентов стоимость.

Оптимальная стоимость товара			
Конкуренты		Покупатели	
Определяют диапазон цен, нижнюю границу стоимости		Определяют верхний уровень возможной стоимости	

Логично подходить к расчету себестоимости с двух разных сторон:

- определить такую наценку на товар, чтобы она покрывала и оправдывала соответствующие расходы;
- определить оптимальный уровень издержек, которые позволяют при существующей закупочной стоимости устанавливать конкурентоспособную цену товара.

СПОСОБЫ УМЕНЬШЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ

Казалось бы, все просто: **чтобы уменьшить себестоимость, нужно сокращать расходы на каждом из этапов производственного и торгового процесса.** Но делать это необходимо так, чтобы:

- не повлиять тем самым на качество конечного товара;
- сохранить репутацию компании на рынке и лояльность покупателей.

Какими способами можно достичь поставленной цели?

1. Автоматизируем, роботизируем производство и учет. Очевидно, что на первоначальном этапе понадобятся затраты, но они, как правило, окупаются уже в первые 6-8 месяцев работы. Ни для кого не секрет, что ввиду большого объема рутинных операций специалисты как в цехе, так и в офисе ошибаются. Зачастую цена ошибки может оцениваться в десятки тысяч долларов. Например, отгрузка продукции с неверной маркировкой понесет за собой штрафные санкции и со стороны торговых сетей, и со стороны надзорных органов. Специалиста можно наказать или даже уволить, но это не гарантирует, что больше таких ситуаций не повторится. Роботизация в данном контексте может решить проблему. Программные роботы не устают, не ошибаются, не ходят на перекуры и не болеют. Поэтому для уменьшения расходов, снижения издержек на производстве они – эффективные помощники.

2. Увеличиваем ассортимент.

3. Стимулируем рост производительности труда, повышаем мотивацию сотрудников. Это возможно через освобождение их от многочисленных рутинных операций, которые вполне можно поручить программным роботам, а потенциал специалистов направить на решение более важных задач. Роботы не смогут принять решение в нестандартных ситуациях, они действуют четко по шаблону и установленному для них алгоритму, но они идеальны как помощники для сотрудников.

4. Используем энергосберегающие технологии.

5. Регулярно мониторим рыночные тенденции.

6. По необходимости вносим коррективы в текущий бизнес-план.

ВИДЫ СЕБЕСТОИМОСТИ ТОВАРА

Как уже упоминалось выше, себестоимость – это достаточно широкое понятие. В зависимости от того, какие показатели учитываются при ее расчете, можно выделить следующие виды.

Цеховая. Учитывает затраты всех цехов и подразделений, которые принимали участие в производстве определенных товаров. В расчет включаются общезаводские и технологические расходы на управление и обеспечение работы подразделений предприятия, в т.ч. расходы на товарно-материальные ценности, зарплату, страховые взносы.

Производственная. Включает все затраты, которые понесла компания для производства товаров, начиная от закупки сырья, упаковки, материалов, зарплат сотрудникам, накладных расходов. Этот параметр складывается из цеховой себестоимости и суммы целевых и общих расходов.

Полная себестоимость товаров. В расчет берутся все расходы на каждом из производственных этапов. К вышеперечисленным пунктам добавляются затраты на реализацию товара (коммерческие, внепроизводственные и т.д.).

СОСТАВЛЯЮЩИЕ СЕБЕСТОИМОСТИ

В общем и целом, себестоимость товара – это сумма прямых и косвенных затрат на его производство. Торговля – динамичная сфера, у каждого бизнеса имеется своя специфика, административный уклад, техническое оснащение, а это означает, что и себестоимость товаров будет разниться.

Прямые затраты – это те расходы, которые можно отследить и конкретно рассчитать. Например, изготовитель выпускает творожную пасту. Касательно данного продукта можно точно рассчитать, какое количество ингредиентов затрачивается на конкретную единицу товара (sku).

Прямые расходы, в свою очередь, можно поделить на материальные и трудовые. Так, **прямые материальные расходы** – это конкретное сырье или материал, из которого создают продукцию и которое участвует в его реализации. В свою очередь, **прямые трудовые затраты** – это расходы, которые затрачиваются на оплату рабочей силы, которая участвует в производстве продукта (зарплата сотрудников, премии по результатам работы и т.д.).

ВАЖНО!

В рамках прямых расходов необходимо, чтобы каждый сотрудник принимал непосредственное участие в реализации продукта, и расходы на его услуги можно было бы легко определить (фиксированная оплата за трудочасы, переработки, схема мотивации, по которой рассчитывается его премиальная часть).

Косвенные расходы проблематично идентифицировать и измерить на единицу продукции. В данном случае речь идет о применении материалов, комплектующих, которые сложно определить в составе сырья и рассчитать их.

Косвенные расходы можно **условно поделить на материальные и трудовые**. В первом случае речь идет о материалах, которые можно рассчитать в среднем на единицу товара выпускаемой партии. Например,

смазочные материалы, клей, моющие средства для линий. Косвенные трудовые затраты – это затраты на оплату услуг сотрудников, которые в данном случае не работают непосредственно над изготовлением товара, но на объекте. Например, сотрудники службы охраны, ремонтно-очистительных сооружений, наладчики и т.д. (все сотрудники, к помощи которых необходимо прибегать время от времени).

Также существуют расходы, сопровождающие работу производственного объекта, но не включенные ни в прямые, ни в косвенные. Сюда можно отнести оплату электроэнергии, страхования, амортизации производственных помещений, налог на собственность и т.д. Их называют **накладными расходами**.

В каждом случае важно разделять статьи расходов. Издержки на администрирование, продвижение товара, рекламу и другие расходы общего плана к производственным не относят и, следовательно, в расчете себестоимости их не учитывают.

Издержки производства		
Прямые расходы	Косвенные расходы	Прочие накладные издержки
- материальные - трудовые	- материальные - трудовые	

РАСЧЕТ СЕБЕСТОИМОСТИ В ТОРГОВЛЕ

Существует несколько методов расчета себестоимости товара. Важно понимать особенности производства своего бизнеса и исходя из этого подобрать под свою компанию релевантную формулу.

Расчет себестоимости товара поштучно. Себестоимость считается по каждому sku. Метод подходит для небольшой товарной матрицы, где товары продаются поштучно (в т.ч. если товар закупается у разных поставщиков). Торговая надбавка на каждую позицию также рассчитывается отдельно. В расчете нужно учитывать закупочную стоимость каждой позиции товара.

Формула расчета стоимости для реализованных товаров:

Себестоимость реализованных товаров = (Чистая покупка продукции для реализации + Прямые расходы) + (Остаток на начало расчетного периода – Остаток на конец расчетного периода).

Преимущество такого метода расчета в высокой точности. Однако есть и минусы:

- способ не подходит подавляющему большинству розничных магазинов;
- при большом количестве ассортимента процесс подсчета становится трудоемким и уже необходимо автоматизировать процесс.

Расчет по средней себестоимости товаров. Довольно популярный метод. Его применяют торговые сети, в которые поставляют несколько партий товара. Здесь в качестве закупочной цены выступает среднее арифметическое стоимости разных поставок.

ПРИМЕР

В магазин поставили три партии мужских футболок. Первая – по 20 руб., вторая – по 24 руб. и третья – по 27 руб. Найдём среднее арифметическое:

$(20 + 24 + 27) / 3 = 23,70$ руб. за одну футболку – средняя цена закупки.

В расчет себестоимости необходимо включать именно это значение.

Таким образом, формула по расчету средней себестоимости единицы товара будет выглядеть следующим образом:

Средняя себестоимость единицы товара = (Стоимость остатков товаров на начало отчетного периода + Стоимость поступивших товаров) / (Количество товаров на начало отчетного периода + Количество поступивших товаров).

Преимущество такого расчета состоит в том, что он:

- подходит большинству торговых объектов;
- достаточно прост для расчета и в то же время точен;
- применим для магазинов с большим ассортиментом.

Отметим и недостатки:

- если между некоторыми позициями слишком большая ценовая разница, среднее арифметическое выйдет неточным;
- при большом количестве товаров расчет себестоимости необходимо автоматизировать.

Расчет себестоимости по методу FIFO. Данный подход приближает к наиболее точному значению себестоимости с минимальной погрешностью при закупке разных партий продукции. Метод расчета позволяет уменьшить базу для налога на прибыль при широкой вариативности цен. Логика методики заключается в том, что себестоимость каждой поставки рассчитывается отдельно, а процесс

списания проходит в последовательности, начиная от стоимости первой закупки и далее по цене последующей.

Расчет себестоимости товара производят исходя из стоимости единицы продукта из каждой поставки.

ПРИМЕР

Допустим, что за месяц у компании было три поставки микроволновых печей. Курс доллара менялся, а вместе с тем и цены у официального дистрибьютора. Сначала была партия из 3000 микроволновых печей по 300 руб. Потом – 1700 микроволновых печей по 360 руб. И последняя – 800 микроволновых печей по 290 руб.

Подход FIFO подразумевает, что именно в такой последовательности товар будут списывать со склада. Сначала – 3000 микроволновых печей по 300 руб. Потом – 1700 по 360 руб. и т.д.

Преимущества методики FIFO:

- наиболее точный результат;
- удобно рассчитывать в работе с большим ассортиментом;
- учитывается широкая вариативность цен на разные позиции.

Недостаток такой системы в том, что при большой номенклатуре необходимо вводить товароучетную систему.

Подведем итог. Как же выбрать подходящую систему для расчета себестоимости с учетом особенностей бизнеса?

Если компания производит товары в рамках небольшой, ограниченной ассортиментной матрицы, то целесообразно использовать поштучный расчет себестоимости для расчета точной себестоимости каждого товара и ведения достоверного учета.

Если в организации большой ассортимент, закупочные цены при этом нестабильны, то предпочтительно использовать метод расчета средней себестоимости, так будет возможно стабилизировать себестоимость несмотря на скачки цен. Важно помнить, что при таком подходе всегда будет существовать погрешность расчета. Вторым релевантным вариантом здесь будет метод FIFO, при котором товары списываются последовательно, их можно оценивать по наименьшей стоимости. Способ FIFO поможет увеличить бухгалтерскую прибыль при стабильном росте закупочных цен.