

Рабаданова Жарият Бахмудовна
Дагестанский государственный университет
Гасанова Заза Магомедовна
Дагестанский государственный университет
Багомедова Гульсина Тимуровна
Дагестанский государственный университет

Коммерческие расходы в себестоимости продукции

Аннотация. Основной целью создания и существования любого коммерческого, производственного или сбытового субъекта хозяйствования выступает производство, выпуск и реализация продукции, работ, услуг, объемы которого и определяют эффективность его деятельности. Производственные затраты являются одним из основных оценочных показателей производственно-хозяйственной или финансовой деятельности предприятия и их оптимизация или сокращение при прочих равных условиях зависит от степени ведения грамотного и своевременного учетного процесса этих объектов. Кроме того, в себестоимости продукции учитываются и расходы, связанные с продажей или реализацией продукции. В данной статье рассматриваются актуальные аспекты калькулирования себестоимости продукции в условиях современного рынка, а также анализируется влияние коммерческих расходов на общую финансовую устойчивость предприятия.

Ключевые слова: калькулирование себестоимости, полная себестоимость, управленческий учет, объекты учета, косвенные расходы, коммерческие расходы.

Rabadanova Zhariyat Bakhmudovna
Dagestan State University
Gasanova Zaza Magomedovna
Dagestan State University
Bagomedova Gulsina Timurovna
Dagestan State University

Commercial expenses in the cost of production

Abstract. The main purpose of the creation and existence of any commercial, production or sales entity is the production, release and sale of products, works, services, the volumes of which determine the efficiency of its activities. Production costs are one of the main evaluation indicators of the production and economic or financial activities of an enterprise and their optimization or reduction, all other things being equal, depends on the degree of maintaining a competent and timely accounting process for these objects. In addition, the cost of production also takes into account the costs associated with the sale or sale of products. This article examines the current aspects of calculating the cost of production in the conditions of the modern market, and also analyzes the impact of commercial expenses on the overall financial stability of the enterprise.

Keywords: cost calculation, full cost, management accounting, accounting objects, indirect costs, commercial expenses.

Актуальность темы калькулирования себестоимости продукции обусловлена растущей конкуренцией на рынке, в условиях которой важно находить баланс между ценовой политикой и качеством продукции, а также необходимостью оптимизации процессов управления затратами на предприятиях. Эффективное управление

себестоимостью играет ключевую роль в обеспечении финансовой устойчивости и рентабельности бизнеса. В условиях динамично меняющейся экономической среды и увеличения затрат на сырье, энергоносители и труд, правильное определение и анализ себестоимости продукции становятся особенно важными для принятия обоснованных управленческих решений.

Калькулирование себестоимости и управление коммерческими расходами являются ключевыми элементами финансового управления предприятием. Оно позволяет определить реальную стоимость производства товара или услуги и выступает основой для формирования ценовой политики. Коммерческие расходы, включающие затраты на продажу, маркетинг и обслуживание клиентов, являются неотъемлемой частью общего процесса формирования себестоимости и могут существенно повлиять на прибыльность бизнеса. Эффективное использование методов калькулирования и оптимизация коммерческих расходов помогут компаниям достигать своих финансовых целей и занимать устойчивые позиции на рынке.

Правильный расчет и анализ себестоимости продукции позволяют предприятиям эффективно управлять своими ресурсами, устанавливать конкурентоспособные цены, а также рассчитывать рентабельность. Кроме того, понимание структуры себестоимости помогает выявить узкие места в производственном процессе, оптимизировать затраты и, в конечном итоге, улучшить финансовые результаты.

Калькулирование себестоимости — это процесс расчета всех затрат, связанных с производством и реализацией товаров или услуг, в частности:

- прямые затраты (сырье, материалы, выработка труда)
- косвенные затраты (аренда, коммунальные услуги, амортизация)
- коммерческие расходы.

В зависимости от подхода к изучению себестоимости отличаются цели этой задачи. Для финансового учета расчет себестоимости необходим для формирования прибыли от продажи продукции, работ или услуг. В рамках управленческого учета изучение подходов и способов формирования себестоимости позволяет получить всецелую картину о затратах предприятия.

Калькулирование себестоимости должно осуществляться в рамках определенных принципов, в соответствии с которыми данный процесс проходит ряд этапов:

1. Классификация затрат. Существуют типовые группировки затрат, которые может использовать управляющий в ходе работы.
2. Определение объекта учета затрат и объекта калькулирования. Объектом для первого случая выступает, например, участок производственного процесса, во втором случае – конкретная продукция.
3. Выбор метода калькулирования и способа распределения косвенных расходов.

Полная себестоимость включает в себя все затраты, связанные с производством и реализацией товаров, в то время как производственная себестоимость охватывает только те затраты, которые непосредственно связаны с производственным процессом. Это различие имеет значительное практическое значение, так как понимание структуры себестоимости позволяет предприятиям выявлять возможности для оптимизации затрат, сокращения издержек и повышения конкурентоспособности.

При распределении косвенных затрат по видам производимой продукции следует придерживаться следующей схемы:

1. Выбрать объект, на который необходимо распределить затраты (производственный участок, конкретная продукция, группа продуктов и т.д.).
2. Выбрать базу распределения затрат. Базой распределения служит некий показатель, с использованием которого осуществляется распределение затрат.

3. Расчет ставки (коэффициента) распределения затрат. Расчет предполагает деление величины распределяемых косвенных расходов на величину выбранной базы распределения.

4. Определение величины косвенных расходов, приходящийся на каждый объект учета затрат. Расчет происходит путем умножения косвенных затрат на коэффициент распределения затрат, соответствующий конкретному объекту учета затрат.

Правильное калькулирование позволяет не только определить стоимость продукции, но и принять эффективные управленческие решения.

Коммерческие расходы включают в себя все затраты, связанные с реализацией продукции. Основные категории коммерческих расходов:

- реклама и продвижение;
- транспортные расходы;
- заработная плата сотрудников отдела продаж;
- упаковка и складские расходы.

Состав и структура коммерческих расходов могут варьироваться в зависимости от специфики деятельности компании.

В торговой деятельности коммерческие расходы включают в себя широкий спектр затрат, связанных с продажей товаров, за исключением себестоимости самих товаров. К таким расходам могут относиться:

- закуп товара (вознаграждения посредникам, таможенные платежи при импорте, страховка в пути);
- транспортировка, доставка товара (до своего склада/магазина и проданных товаров до покупателя);
- заработная плата (от директора до продавца — все задействованы в процессе торговли);
- отчисления в фонды с заработной платы;
- амортизация или аренда зданий, оборудования и транспорта;
- маркетинг и реклама (затраты на продвижение товаров, включая рекламные кампании, создание рекламных материалов и т.д.);
- представительские расходы;
- расходы на гарантийный ремонт;
- предпродажная подготовка товаров;
- хранение;
- любые другие расходы на хранение и отгрузку товаров.

В промышленно-производственной сфере коммерческие расходы, связанные с продажей продукции, начинаются после ее выпуска и могут включать в себя следующие категории:

- отгрузка продукции (упаковка, доставка, растаможка экспорта, страховка в пути).
- транспортировка;
- хранение (аренда или амортизация складов, зарплата кладовщиков и грузчиков);
- продвижение (маркетинг и реклама, услуги посредников продавцов);
- комиссия сбытовым организациям;
- содержание складов в точках продаж;
- зарплата реализаторам,
- отчисления в фонды;
- представительские расходы;
- прочие аналогичные по предназначению расходы

В контексте заготовителей и переработчиков сельскохозяйственной продукции коммерческие расходы могут включать в себя следующие категории:

- заготовительные расходы;
- расходы на содержание пунктов заготовки и приема;
- расходы на содержание скота и птицы на пунктах приема.

В бухгалтерском учете коммерческих расходов используется счет 44 «Расходы на продажу», однако разные предприятия применяют его по-разному в зависимости от своей деятельности. Например, для производственных компаний на этом счете фиксируются только те затраты, которые непосредственно связаны с упаковкой, погрузкой, транспортировкой, рекламными мероприятиями, а также заработной платой сотрудников, работающих в сфере продаж или менеджмента. В отличие от этого, в торговых организациях практически все издержки аккумулируются на счете 44 «Расходы на продажу», поскольку их основная деятельность сосредоточена на продаже товаров. Исключение составляют лишь затраты на приобретение товаров, которые отражаются на счете 41 «Товары». Таким образом, учет коммерческих расходов варьируется в зависимости от специфики бизнеса и его операционных процессов.

Коммерческие расходы представляют собой не просто финансовые затраты, а стратегические инвестиции, направленные на привлечение клиентов и увеличение объемов продаж. Эффективный контроль над этими расходами способствует росту бизнеса, в то время как их неуправляемый характер может привести к утечке бюджета и снижению прибыли.

Коммерческие расходы могут составлять значительную часть общей себестоимости. Их эффективное управление позволяет не только сократить затраты, но и повысить конкурентоспособность предприятия.

Коммерческие расходы играют центральную роль в формировании себестоимости продукции и, соответственно, в оценке прибыльности бизнеса. Они представляют собой затраты, необходимые для продвижения и продажи товаров или услуг, и включают в себя такие элементы, как расходы на рекламу, маркетинг, содержание торгового персонала, а также затраты на логистику и поддержку клиентов. Влиятельность этих расходов на себестоимость и прибыльность обуславливается тем, что они могут как способствовать увеличению дохода, так и существенно снижать его, если управлять ими неэффективно.

Когда коммерческие расходы становятся высокой долей в общих затратах компании, это приводит к увеличению себестоимости продукции. Себестоимость, в свою очередь, включает не только прямые расходы на производство, но и косвенные, среди которых значительное место занимают коммерческие затраты. Если компания активно тратит средства на рекламные и маркетинговые кампании, это может привести к повышению себестоимости единицы продукции. Это необходимо учитывать при ценообразовании, так как высокая себестоимость может сделать продукцию менее конкурентоспособной на рынке. С другой стороны, если правильно управлять коммерческими расходами, можно достичь эффекта "прибавочной ценности", когда дополнительное вложение в рекламу приводит к значительному росту объема продаж и, соответственно, доходов.

Прибыльность, в свою очередь, определяется не только доходом, но и всем спектром затрат, включая коммерческие. В ситуации, когда инвестиции в маркетинг и продажу эффективно конвертируются в увеличение объема продаж, коммерческие расходы оправданы и способствуют повышению прибыльности. Однако частые ситуации, когда компании вкладываются в дорогие рекламные кампании без четкой стратегии и анализа, могут привести к значительным убыткам. Это актуально, например, когда расходы на привлечение новых клиентов превышают прибыль, получаемую от них.

Оптимизация коммерческих расходов становится необходимостью для достижения сбалансированного подхода к контролю за себестоимостью и максимизации прибыли. В этом контексте компании должны тщательно анализировать, какие мероприятия действительно приносят результаты, и какие методы более эффективны. Использование цифровых платформ для рекламы, таргетированного маркетинга и data-driven подходов может помочь значительно снизить коммерческие расходы и, тем самым, обеспечить более высокую маржинальность.

Стоит также указать, что коммерческие расходы являются важным фактором, оказывающим влияние на себестоимость и прибыльность бизнеса. Управление этими

расходами должно проводиться на основе четкой стратегии с учетом их значимости для общего финансового состояния компании.

В результате проведенного исследования вопросов, связанных с калькулированием себестоимости, можно отметить следующее. Понятия «себестоимость», «затраты», «калькулирование» являются важными экономическими категориями. Ведь от эффективного управленческого учета, от качества управления затратами напрямую зависит доходность деятельности предприятия. Соотносятся при этом себестоимость и прибыль между собой, как частное и общее. Следовательно, основополагающим значением процесса учета затрат и калькулирования себестоимости продукции можно назвать формирование учетной информации для менеджмента для принятия правильных, экономически целесообразных управленческих решений.

Список источников

1. Бамматханова М.К. Особенности учета затрат на производство продукции // Вестник научной мысли. 2022. № 2
2. Евсеева Е.С. Оптимизация учета доходов и расходов на производственных предприятиях // Инновация. Наука. Образование. 2020. № 11.
3. Ивашкевич В.Б. Особенности калькуляции и анализа себестоимости продукции новых производств // Вестник профессиональных бухгалтеров. 2017. № 2
4. Хлесткина Е.В., Мурзагалина Г.М. Сравнительный анализ признания расходов по РСБУ и МСФО // Молодой ученый. 2018. № 38 (224). – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/224/52691>
5. Чернухина, Т. Н. Организация учета затрат на производство и продажу продукции // Молодой ученый. 2018. № 38 (224)– Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/115/30435>
6. Шахбанов Р.Б., Рабаданова Ж.Б., Абдусаламов С.А. Современные тенденции развития калькулирования себестоимости продукции в отечественном бухгалтерском учете // Вестник ДГУ, Серия 3: Общественные науки. 2023, Т.38, №3
7. Похабова П.А., Зайцева О.П. Производственная стратегия и уменьшение себестоимости//Актуальные вопросы современной экономики. 2022.- №11. С.142-148

Сведения об авторах

Рабаданова Жарият Бахмудовна, доцент кафедры бухгалтерского учета, ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет», Махачкала, Россия

Гасанова Заза Магомедовна, бакалавр кафедры бухгалтерского учета, ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет», Махачкала, Россия

Багомедова Гульсина Тимуровна, бакалавр кафедры бухгалтерского учета, ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет», Махачкала, Россия

Information about the authors

Rabadanova Zhariyat Bakhmudovna, Candidate of Economics, Associate Professor of Accounting Department Dagestan State University, Makhachkala, Russia

Gasanova Zaza Magomedovna, Bachelor of the Department of Accounting, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education, "Dagestan State University", Makhachkala, Russia

Bagomedova Gulsina Timurovna, Bachelor of the Department of Accounting, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Dagestan State University", Makhachkala, Russia