

Таким образом, уравнение регрессии примет вид $Yx = -35,66 + 0,48x$. Подставив в уравнение регрессии соответствующие значения x , определим теоретические (Yx) значения рентабельности продаж (см. таблицу). Полученные величины показывают, что фактические данные в большей степени выше расчетных показателей, а это означает, что Гомельским ОПС были изысканы дополнительные возможности роста рентабельности продаж.

Коэффициент корреляции ($r = 0,862$) свидетельствует о тесной связи между изучаемыми показателями, т.е. процент поступления денежных средств от реализации в выручке — один из основных факторов, от которых зависит рентабельность продаж. Коэффициент детерминации ($d = 0,74$) показывает, что рентабельность продаж на 74 % зависит от процента поступления денежных средств от реализации в выручке организации, а влияние прочих факторов на нее составляет 26 %. Следовательно, данное уравнение можно использовать для следующих практических целей: расчета влияния процента поступления денежных средств от реализации в выручке на рентабельность продаж; расчета резервов повышения рентабельности продаж; прогнозирования и планирования ее величины.

О.В. Гетман, соискатель
БГЭУ (Минск)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИК АУДИТА СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ ПО МЕСТАМ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ЗАТРАТ

Аудит как составная часть общей системы контроля себестоимости продукции позволяет не только проверить достоверность данных, но и разработать предложения по оптимизации учетных процессов, что в конечном итоге приводит к повышению их достоверности.

В результате исследования, проведенного на предприятиях по производству пива, солода и безалкогольной продукции, было установлено, что не всегда корректно (с точки зрения участия тех или иных затрат в производстве данного вида продукции) производится распределение общехозяйственных затрат в зависимости от мест их возникновения (отдельно расположенных подразделений предприятия и головного предприятия). В результате этого происходит "искусственное" искажение себестоимости отдельных видов продукции и, как следствие, отсутствие возможности точно опреде-

лять фактическую рентабельность и принимать решения о целесообразности выпуска того или иного вида продукции.

Речь идет о затратах на выполнение одних и тех же управленческих функций, которые осуществляются как в отдельно расположеннем подразделении, так и на головном предприятии. Например, юрисконсульт в отдельно расположеннем подразделении полностью обеспечивает решение всех юридических вопросов, возникающих в процессе работы данного подразделения. И на головном предприятии также существует юридический отдел, который фактически работает на нужды головного предприятия (за исключением одного сотрудника, который обслуживает организационные вопросы предприятия в целом). В результате при "закрытии" отчетного периода затраты на содержание юрисконсульта отдельно расположенного подразделения и юридического отдела головного предприятия относятся на общехозяйственные расходы и распределяются в порядке, предусмотренном учетной политикой предприятия на весь объем выпускаемой продукции данного предприятия. Данная ситуация встречается в отношении целого ряда и других видов затрат.

Таким образом, процесс проведения аудита такого рода затрат должен обязательно содержать процедуры, позволяющие выявлять такие виды затрат.

При обнаружении в организации указанных проблем аудитору следует рекомендовать повышение уровня аналитичности учета затрат на счете 26 "Общехозяйственные расходы" путем открытия к соответствующим субсчетам, предусмотренным Типовым планом счетов, счетов аналитического учета не только по статьям расходов, но и по местам их возникновения. В учетной политике организаций в разделе о порядке распределения общехозяйственных расходов следует предусмотреть соответствующие способы распределения для указанных затрат, учтенных на открытых аналитических счетах, позволяющие отнести их к деятельности того или иного подразделения и только между видами продукции данного подразделения, а не предприятия в целом.

Данные методы позволяют более эффективно контролировать формирование себестоимости продукции с целью выявления резервов ее снижения.