

потребителя. Поэтому, необходимо подходить к учету продаж комплексно.

Рынок информационных технологий, включая сегмент компьютерной техники, существенно пострадал от кризиса, столкнувшись с множеством проблем с закупкой и импортом комплектующих в страны бывшего СССР. Многим мелким компаниям пришлось покинуть рынок. Но именно нестабильная ситуация на внешних рынках подтолкнула компании к поиску альтернативных технологических решений. Процесс реструктуризации и переоценки приоритетов, выявление сильных и слабых сторон стали главными целями предприятий, которые пытаются адаптироваться к современным условиям хозяйствования.

Список использованных источников

1. *Боровиков, В. В.* «Microsoft Access 2002. Разработка баз данных и приложений» / В. В. Бобриков. – К.: Изд. группа СОЛОН-Р, 2002. – 560 с.

2. Информационные технологии в торговле 2008 [Электронный ресурс]. – CNews/Аналитика. – Режим доступа: <http://www.cnews.ru/reviews/free/trade2008/#7>.

Н. А. Теплякова

Республика Беларусь, Бобруйск

СНИЖЕНИЕ ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВО ПРОДУКЦИИ – ГЛАВНЫЙ ФАКТОР ЕЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Президентом Республики Беларусь поставлены перед Правительством республики две основные задачи: увеличение экспорта выпускаемой продукции и снижение ее себестоимости, как основного фактора повышения конкурентоспособности продукции на мировых рынках.

Себестоимость продукции является важным экономическим показателем, характеризующим эффективность использования материальных, трудовых и денежных ресурсов и определяющим размер прибыли и уровень рентабельности предприятия.

Основными показателями себестоимости продукции являются: себестоимость единицы продукции (работ, услуг); себестоимость товарной, реализованной продукции; себестоимость срав-

БДЭУ. Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.

188 БГЭУ. Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.°.

BSEU. Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by>

elib@bseu.by

нимой товарной продукции (сравниваемой продукцией считают ту, которая производилась в базисном периоде); затраты на один руб. товарной продукции (определяются делением полной себестоимости товарной продукции на ее объем в стоимостном выражении).

Для выявления возможных резервов снижения себестоимости выпускаемой продукции необходимо проводить анализ затрат на ее изготовление и реализацию.

Целью анализа затрат на производство и себестоимость отдельных видов и всей совокупности продукции является оценка их фактической величины за отчетный период по сравнению с их плановыми показателями и в динамике, выявление резервов экономии затрат и уменьшения себестоимости в расчете на единицу продукции и определение конкретных мер по использованию этих резервов в текущей деятельности и перспективе.

В процессе проведения анализа затрат на производство и себестоимость выпускаемой продукции предприятию необходимо:

- изучить величину совокупных затрат за отчетный период, их изменение по сравнению с плановыми показателями в динамике и с учетом темпов изменения объема продаж продукции;
- оценить структуру затрат, удельный вес каждой статьи в общей сумме затрат, темпы изменения величины затрат по статьям по сравнению с плановыми показателями;
- сравнить фактическую производственную и полную себестоимость продукции с плановыми показателями в динамике, рассчитать влияние основных факторов на отклонение этих показателей;
- исследовать постоянные и переменные затраты.

К переменным затратам относятся прямые материальные затраты и прямые трудовые затраты. К прямым материальным затратам относятся следующие статьи: сырье и материалы (за вычетом возвратных отходов); покупные комплектующие изделия, полуфабрикаты; топливо и энергия на технологические цели. Наибольший удельный вес в составе материальных затрат приходится на сырье и материалы, поэтому изменение данной статьи будет оказывать наибольшее влияние на изменение себестоимости.

Изучение состава и структуры затрат позволяет определить, из чего складываются затраты, дать оценку рациональности данной структуры затрат, а также сделать выводы о необходи-

мости и возможности ее изменения с целью изыскания путей и источников снижения затрат для увеличения прибыли.

Основную часть прибыли предприятие получает от реализации продукции нуслуг и поэтому, наибольшее влияние на изменение общей суммы прибыли оказывает прибыль от реализации. Себестоимость продукции и прибыль находятся в обратно пропорциональной зависимости: снижение себестоимости приводит к соответствующему росту суммы прибыли, и наоборот.

Проведем анализ себестоимости продукции на примере (табл. 1):

Таблица 1

**Состав и структура затрат на производство продукции
(выполнение работ, оказание услуг) предприятия
за 2013–2014 гг.**

| Элементы затрат | На 01.01.2014 г. | | На 01.01.2015 г. | | Отклонение (+, -) 2014 к 2013 | |
|---|------------------|-----------|------------------|-----------|-------------------------------|-----------|
| | Сумма, млн р. | Уд.вес, % | Сумма, млн р. | Уд.вес, % | Сумма, млн р. | Уд.вес, % |
| Материальные затраты | 53 160 | 79,4 | 59 553 | 77,9 | 6393 | - 1,5 |
| Сырье п материалы | 43 565 | 65,1 | 46 788 | 61,2 | 3223 | - 3,9 |
| Топливо | 5929 | 8,9 | 6471 | 8,5 | 542 | - 0,4 |
| Электрическая энергия | 1280 | 1,9 | 1428 | 1,9 | 148 | – |
| Расходы на оплату труда | 8072 | 12,1 | 10 765 | 14,1 | 2693 | 2,0 |
| Отчисления на социальные нужды | 2340 | 3,5 | 3122 | 4,1 | 782 | 0,6 |
| Амортизация основ. средств п нематериальных активов | 2800 | 4,2 | 2630 | 3,4 | 170 | - 0,8 |
| Прочие затраты | 569 | 0,8 | 397 | 0,5 | 172 | - 0,3 |
| Итого затрат на производство продукции | 66 941 | 100 | 76 467 | 100 | 9526 | – |

Из данных таблицы 1 видно, что материальные затраты на производство продукции на 01.01.2015 г. по сравнению с 01.01.2014 г. увеличились по абсолютной величине на 6393 млн руб., а их удельный вес в общей сумме затрат снизился на 1,5 %. В составе материальных затрат наибольший удельный вес занимают сырье и материалы (на 01.01.2014 г. – 65,1 %, на 01.01.2015 г. – 61,2 %). Расходы на оплату труда на 01.01.2015 г. по сравнению с 01.01.2014 г. увеличились на 2693 млн руб., их удельный вес в общей сумме затрат увеличился на 2 %. Амортизация основных средств и нематериальных активов в абсолютной сумме на 01.01.2015 г. по сравнению с 01.01.2014 г. уменьшилась на 170 млн руб., или на 0,8 % по удельному весу в общей сумме затрат. Прочие затраты в общей сумме затрат занимают незначительную долю: на 01.01.2014 г. – 0,8%, на 01.01.2015 г. – 0,5 %.

Для более глубокого анализа затрат проанализируем динамику затрат на рубль продукции (табл. 2).

Таблица 2

**Затраты на рубль продукции (работ, услуг)
предприятия за 2013–2014 гг.**

| Показатели | Годы | | Отклонение (+, -), 2014 к 2013 |
|---|---------|---------|-----------------------------------|
| | 2013 г. | 2014 г. | |
| Объем производственной продукции (выполненных работ, оказанных услуг), млн р. | 67 316 | 78 879 | 11 563 |
| Затраты на производство продукции (выполнение работ, оказание услуг), млн р. | 66 941 | 76 467 | 9526 |
| Затраты на 1 р. продукции (работ, услуг) всего, р. | 0,99 | 0,97 | - 0,02 |
| В том числе: | | | |
| Материальные затраты | 0,79 | 0,75 | - 0,04 |
| Расходы на оплату труда | 0,12 | 0,14 | 0,02 |
| Отчисления на социальные нужды | 0,03 | 0,04 | 0,01 |
| Амортизация основных средств и нематериальных активов | 0,04 | 0,03 | - 0,01 |
| Прочие затраты | 0,01 | 0,01 | – |

Из данных таблицы 2 видно, что затраты на 1 рубль продукции в 2014 г. по сравнению с 2013 г. уменьшились на 0,02 руб. Уменьшение затрат на 1 рубль продукции произошло, в основном, за счет снижения материальных затрат на 0,04 руб. и амортизационных отчислений на 0,01 руб. Расходы на оплату труда на 1 рубль продукции увеличились в 2014 г. по сравнению с 2013 г. на 0,02 руб. и отчисления на социальные нужды – на 0,01 р. Уменьшение затрат на 1 рубль продукции свидетельствует об эффективной финансовой политике, проводимой предприятием.

В настоящее время мировые финансовые и товарные рынки находятся в неустойчивом положении, резко снижается их покупательная способность, девальвируются национальные валюты экономик ведущих стран, в связи с чем вопрос снижения себестоимости продукции является одним из основных факторов повышения ее конкурентоспособности на рынках сбыта.

Е. Г. Тёсова

Республика Беларусь, Бобруйск

АКТУАЛЬНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРИНЦИПОВ КОММУНИКАЦИОННОЙ КОНЦЕПЦИИ МАРКЕТИНГА В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДА БЕЛОРУССКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ К ИНФОРМАЦИОННОМУ ОБЩЕСТВУ

Анализ современного социально-экономического развития Республики Беларусь показывает, что в ней на государственном уровне осознаны предпосылки и реальные пути формирования информационного общества, что влияет на непрерывное развитие комплекса маркетинга, который поддерживает конкурентоспособность белорусских организаций и их маркетинговую активность.

Анализ концепций маркетинга с позиции роли в них маркетинговых коммуникаций позволяет сделать вывод, что в информационном обществе белорусским организациям необходим новый подход к вопросу управления маркетинговыми коммуникациями, так как в условиях перехода к информационному обществу важнейшим методом конкурентной борьбы становится комплекс маркетинговых коммуникаций. Данный подход яв-