

СНИЖЕНИЕ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОИЗВОДИМОЙ ПРОДУКЦИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА ОАО «СВЕТЛОГОРСКИЙ ЦКК»

Е. Ф. Топчевская

*Учреждение образования «Гомельский государственный
технический университет имени П. О. Сухого», Беларусь*

Научный руководитель А. А. Овсянникова

В современных условиях развития экономики и рыночных отношений ключевым механизмом, определяющим эффективность функционирования рынка, является конкуренция. Она охватывает все сферы человеческой деятельности. При нарастающем воздействии на национальные экономики научно-технической революции, интеграционных процессов, распространения конкуренции на новые области общественно полезной деятельности и приобретения ею все более острого характера конкурентоспособность стала всемирным явлением. Поэтому все предприятия заинтересованы в повышении этого показателя всеми возможными способами [1].

Одним из направлений маркетинга является стимулирование сбыта. Этот процесс направлен на увеличение объемов продаж и числа клиентов, обеспечения привлекательности продукта. Наиболее используемыми приемами стимулирования сбыта являются манипуляции со стоимостью товара и его ценой. Снижение себестоимости товара и, как следствие, снижение его отпускной цены как раз являются мероприятиями по стимулированию сбыта. Это позволяет обеспечить эффективность маркетинговой политики и повысить конкурентоспособность товара и предприятия в целом.

С экономических и социальных позиций значение снижения себестоимости продукции для предприятия заключается в следующем:

- в увеличении прибыли, остающейся в распоряжении предприятия, следовательно, в появлении возможности не только в простом, но и расширенном производстве;
- в появлении возможности для материального стимулирования работников и решения многих социальных проблем коллектива предприятия;
- в улучшении финансового состояния предприятия и снижения степени риска банкротства;
- в возможности снижения продажной цены на свою продукцию, что позволяет в значительной мере повысить конкурентоспособность продукции и увеличить объем продаж, совершенствовать маркетинговую концепцию [2].

Себестоимость продукции неразрывно связана почти со всеми показателями хозяйственной деятельности предприятия, и они получают в ней свое отражение.

Все резервы снижения себестоимости укрупнено можно объединить в три группы:

- конструкторские;
- технологические;
- организационные.

Каждая из этих групп может оказывать влияние на различные элементы затрат. Так, конструкторские резервы путем снижения массы изделий, замены дорогостоя-

щих материалов, уменьшения отходов способствуют снижению материальных и трудовых затрат. Технологические резервы оказывают влияние на величину материальных и трудовых затрат. Наибольшие резервы снижения себестоимости находятся в организационной группе. Пути реализации организационных резервов является материальное стимулирование как за рациональное расходование материалов, так и за интенсивность работы работников.

Таким образом, снижение себестоимости возможно благодаря:

- повышению производительности труда;
- улучшению использования оборудования и инструмента;
- применению экономичных видов сырья, топлива, энергии;
- сокращению нормы расхода материалов;
- механизации и автоматизации производства;
- совершенствованию технологии и организации производства.

Каждое предприятие должно уделять повышенное внимание анализу и управлению себестоимости продукции, понимая роль этого показателя в оценке его деятельности.

Одним из главных направлений снижения себестоимости продукции промышленного назначения, а именно такой и является продукция ОАО «Светлогорский ЦКК», становится экономия материальных затрат: сырья и основных материалов, вспомогательных материалов, покупных изделий и полуфабрикатов, топлива, энергии и амортизации. Для осуществления подобного рода экономии следует провести модернизацию производства интенсивным путем и проанализировать всю производственную цепочку.

Повышение эффективности промышленного производства в значительной степени зависит от уровня использования материальных, трудовых и энергетических ресурсов. При анализе деятельности предприятия было выявлено, что последние годы работы на предприятии характеризуются ростом удельного веса материальных затрат в себестоимости продукции, следовательно, цены на продукцию высоки и в значительной степени уступают конкурентам. С целью снижения материалоемкости и трудоемкости продукции на предприятии необходимо внедрить следующий проект: заменить два гофроагрегата мощностью 60 млн м² в год каждый, используемых при производстве гофрированной тары, на полностью автоматизированный гофроагрегат фирмы «Fosber» мощностью 180 млн м² в год. Данное оборудование используется в производстве основного вида продукции, выпускаемой предприятием, – гофроящиков. Подобная модернизация будет способствовать экономии материальных и энергетических ресурсов, а также появиться резерв от снижения трудоемкости продукции и сокращения расходов на содержание основных средств за счет списания двух гофроагрегатов.

Исходные данные для расчета экономии представлены в табл. 1. Объем выпуска данной продукции на предприятии составляет 39 тыс. м².

Таблица 1

Исходные данные для расчета экономической эффективности

Показатели	Единицы измерения	Величина показателей	
		До внедрения	После внедрения
Затраты времени: на выполнение технологических операций	мин	60,2	32,7

Окончание табл. 1

Показатели	Единицы измерения	Величина показателей	
		До внедрения	После внедрения
Норма расхода бумаги для гофрирования на производство гофрокартона	тыс. м ² /тыс. м ²	1,485	1,47
Норма расхода картона для плоских слоев на производство гофрокартона	тыс. м ² /тыс. м ²	2,03	1,989
Норма расхода теплоэнергии на производство гофрокартона	Гкал/тыс. м ²	0,1336	0,1202
Норма расхода электроэнергии на производство гофрокартона	тыс. кВтч/тыс. м ²	0,0222	0,02
Трудоемкость изготовления гофрокартона	чел.-ч	3,7	1,2
Затраты на проведение	млн р.	–	25

Источник. Собственная разработка.

При внедрении данного мероприятия экономия по материальным ресурсам будет получена за счет небольшого снижения норм – 3 %. Норма расхода энергоресурсов снизится на 10 %. При этом появится экономия за счет снижения трудоемкости изготовления продукции и, следовательно, численности обслуживающего персонала. Эта сумма увеличится на процент отчислений, включаемых в себестоимость продукции.

Также в результате реализации данного проекта появится экономия за счет сокращения расходов на содержание основных средств путем их реализации, передачи в долгосрочную аренду и неиспользуемого оборудования.

Полученную экономию отобразим в табл. 2.

Таблица 2

Общая экономия от внедрения мероприятия (на весь выпуск)

Показатель	Экономия
Снижение материалоемкости	5,1
Снижение трудоемкости	6,12
Снижение энергоемкости	2,6
Экономия за счет сокращения расходов на ОС	9,7
<i>Итого</i>	23,52

Источник. Собственная разработка.

Таким образом, полученная экономия средств позволяет снизить себестоимость выпускаемой гофропродукции, в частности, гофроящиков.

Возможное снижение себестоимости представлено в табл. 3.

Таблица 3

Расчет изменения себестоимости на один гофроящик Т-23

Вид затрат	Затраты, р.	
	До применения	После применения
Материалы	1703500	1610210
Основная заработная плата	1486320	1269010
Начисления на заработную плату	544 000	464460
Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования	569 700	830200
Затраты на энергетические ресурсы	1 180 250	959 890
<i>Итого</i>	5 483 770	5 133 770

Источник. Собственная разработка.

Благодаря снижению себестоимости выпускаемой продукции, можно снизить отпускную цену, что позволит повысить конкурентоспособность предприятия по цене; цены будут на уровне главных конкурентов. Уровень цен стал приемлем для нового круга потребителей, что позволяет заключать новые контракты, увеличивать объемы реализации и получать больше прибыли.

Следовательно, можно сделать вывод, что осуществление подобного рода модернизации эффективно и влечет за собой снижение себестоимости, повышение конкурентоспособности продукции, предприятия в целом и эффективности функционирования.

Литература

1. Чеглик, Л. И. Конкурентоспособность и условия ее обеспечения / Л. И. Чеглик // Финансы, учет и аудит. – 2005. – № 8. – С. 31–34.
2. Акулич, В. В. Оценка себестоимости продукции и финансового результата / В. В. Акулич // Пл.-экон. отдел. – 2008. – № 2. – С. 38–43.