

ЗНАЧЕНИЕ СЕБЕСТОИМОСТИ В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ

Карнеенко Т.П.

**Научный руководитель – Какора М.И., ст. преподаватель
Могилевский государственный университет продовольствия
г. Могилев, Республика Беларусь**

В настоящее время в Республике Беларусь с процессом наполнения рынка товарами и услугами растет конкуренция, что заставляет каждого участника рынка бороться за свое место. В конкуренции побеждает тот, у кого выше качество и ниже цена на продукцию или услугу. Поэтому именно эти два основных фактора оказывают влияние на исход борьбы, а резервы улучшения этих факторов заключены в изучении и анализе себестоимости продукции.

Изучение себестоимости продукции позволяет дать более правильную оценку уровню показателей прибыли и рентабельности, достигнутому на предприятии, поэтому роль и значение снижения себестоимости продукции на предприятии резко возрастают. С экономических и социальных позиций значение снижения себестоимости продукции для предприятия заключается в следующем:

- в увеличении прибыли, остающейся в распоряжении предприятия, а, 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.

В себестоимости продукции отражаются достижения и недостатки в любой области хозяйственной деятельности предприятия. Важность этого показателя особенно усиливается, в связи с большим объемом производства и непрерывным его ростом, так как при этом снижение одного из элементов затрат себестоимости приводит к росту конкурентоспособности и рентабельности продукции.

Снижение себестоимости является фактором повышения рентабельности, роста денежного накопления, достижения экономического эффекта и, следовательно, успеха предприятия. На средства экономии, получаемые путем снижения себестоимости, осуществляется значительная часть затрат по расширению и совершенствованию производства. Каждое предприятие должно уделять повышенное внимание анализу и управлению себестоимости продукции, понимая роль этого показателя в оценке его деятельности.

Таким образом, в современных условиях снижение себестоимости является основным способом повышения конкурентоспособности продукции, увеличения прибыли, остающейся в распоряжении предприятия; появления большей возможности для материального стимулирования работников; улучшения финансового состояния предприятия и снижения риска банкротства; возможности снижения цены реализации продукции, а значит и обеспечение ее конкурентоспособности.