

ми лицами в сегменте недвижимости все еще не получили большого распространения, их доля составила в 2024 г. 3,5 % (в 2023 г. – 2,9 %) [2].

Оценка структуры новых договоров лизинга по их видам показала, что преобладала доля классического финансового лизинга, на долю оперативного лизинга приходилось менее 0,1 %.

Заключение. Таким образом, лизинговые операции стали неотъемлемой частью развития белорусской экономики. Лизинг является эффективным механизмом инвестиций в обновление основных средств организаций и широко востребованным у населения способом удовлетворения потребительских нужд.

Список цитируемых источников

1. Финансовая стабильность в Республике Беларусь. – URL : <http://nbrb.by/publications/finstabrep> (дата обращения: 20.09.2025).
2. Белорусский рынок лизинга. Ассоциация лизингодателей. – URL : <https://leasing-belarus.by/wp-content/uploads> (дата обращения: 20.09.2025).

УДК 657.479.3

А. М. Сальманович, А. А. Прохорович

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи, Республика Беларусь

Научный руководитель И. С. Харкевич

СУЩНОСТЬ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ И ПУТИ ЕЕ СНИЖЕНИЯ

Введение. Себестоимость существенно влияет на хозяйственную деятельность любого предприятия, так как она является основным показателем качества производственной эффективности, непосредственно влияет на величину формируемой прибыли. Выявление внутренних резервов и разработка мероприятий по снижению себестоимости на основе детального анализа являются неотъемлемыми условиями укрепления финансового состояния и повышения конкурентоспособности организации.

Основная часть. Термин «себестоимость» был введен в политическую экономию П. Прудон и Э. Форкадом. Рассматривался многими видными учеными. Например, в работах 1920-х годов С. Г. Струмилина и Л. И. Любошица подробно излагается взгляд на экономическую природу и содержание таких категорий, как «стоимость», «себестоимость» и «издержки производства» [1, с. 624].

В экономической литературе приводится ряд определений понятия «себестоимость», каждое из которых устанавливает и добавляет его экономическую сущность. Проанализируем встречающиеся определения (таблица 1).

Таблица 1 — Определение понятий себестоимость продукции

| Автор | Определение |
|--------------------|--|
| В.Э. Керимов | Совокупность выраженных в денежной форме затрат предприятия на производство и реализацию продукции. |
| Н.Д. Врублевский | Скалькулированные издержки производства по ее видам, наименованиям и единицам |
| Р. Энтони, Дж. Рис | Представленная в денежном выражении величина ресурсов, использованных в определенных целях. |
| Л.В. Гринцевич | Стоимостная оценка использованных в процессе производства продукции природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных средств, трудовых ресурсов, а также других затрат на ее производство и реализацию. |
| А.В. Грицай | Текущие издержки организации на производство и реализацию продукции. |
| Т.П. Карпова | Величина используемых ресурсов в денежном выражении. |

Примечание — Источник: собственная разработка на основе [1, с. 625, 2, с. 107, 3, с. 89, 4, с. 187].

Таким образом, себестоимость представляет собой стоимостную оценку текущих издержек предприятия, необходимых для создания и реализации продукции.

Себестоимость всей произведенной продукции может быть:

- общая — сумма затрат, приходящаяся на изготовление продукции определенного объема и состава;
- индивидуальная — затраты на производство только одного изделия;
- средняя — соотношение полных издержек к объему производства;
- плановая — оптимальный уровень затрат, определенный в соответствии с объективными условиями конкретного предприятия;
- нормативная — себестоимость, исчисленная исходя из норм расхода материальных ресурсов и затрат живого труда, действующего на начало месяца, нормативов по обслуживанию производства и управления, действующего на начало квартала;

– фактическая, или отчетная — себестоимость, определенная исходя из фактически сложившихся в отчетном периоде затрат труда и материальных ресурсов [5, с. 89].

Факторы, которые оказывают влияние на себестоимость продукции можно классифицировать на следующие категории:

– внедрение инноваций, направленных на повышение технического уровня производства: механизация, автоматизация, компьютеризация производства, применение современных технологий, новых видов материалов.

– социальные факторы: высокая текучесть кадров, низкая квалификация персонала или неблагоприятный психологический климат в коллективе ведут к росту затрат на найм, обучение и компенсацию брака. И наоборот, инвестиции в условия труда, мотивацию и развитие сотрудников повышают производительность и снижают себестоимость в долгосрочной перспективе;

– экологические факторы: затраты на утилизацию отходов, очистные сооружения, покупку квот на выбросы и экологические платежи становятся значительной статьей расходов;

– экономические факторы: совершенствование материального стимулирования персонала, привлечение инвестиций, внедрение прогрессивных норм и нормативов и др. [6, с. 70].

Снижение себестоимости продукции — это главный резерв повышения доходности организации, рентабельности производства, а следовательно, и экономической эффективности производства.

Различают следующие источники снижения себестоимости:

– снижение материальных затрат в расчете на единицу продукции (т. е. снижение удельных материальных затрат);

– снижение расходов на содержание основного капитала в расчете на единицу продукции;

– снижение расходов на оплату труда в расчете на единицу продукции;

– снижение административно-управленческих или условно-постоянных расходов;

– сокращение непроизводительных расходов и потерь;

– правильно подобранные партнеры.

В условиях цифровой трансформации, роль и значение показателя себестоимости продукции приобретают ещё более критическое значение. Использование цифровых технологий, автоматизации и аналитики данных открывает новые возможности для оптимизации себестоимости, что с экономических и социальных позиций позволяет:

– увеличить прибыль предприятия благодаря более точному учету ресурсов и снижению издержек через цифровые инструменты, что открывает путь не только к простому, но и расширенному воспроизводству;

– повысить эффективность материального стимулирования работников, внедряя системы цифрового мониторинга производительности и мотивационные платформы, способствующие решению социальных и управленческих задач;

– улучшить финансовое состояние предприятия, используя цифровой анализ финансовых потоков и прогнозирование, что повышает прозрачность и устойчивость бизнеса;

– снизить цены на продукцию за счет оптимизации производственных процессов, внедрения искусственного интеллекта и интернета вещей для контроля качества и минимизации потерь, что повышает конкурентоспособность и способствует увеличению объемов реализации;

– стимулировать инновационные подходы к управлению затратами, используя большие данные и машинное обучение для выявления скрытых резервов снижения себестоимости и повышения операционной эффективности;

– ускорить адаптацию к изменяющимся рыночным условиям благодаря цифровым платформам, которые обеспечивают гибкость и оперативность в принятии решений, снижая риски и повышая устойчивость предприятия.

Снижение себестоимости может достигаться в результате экономии одновременно всех затрат. Часто экономия одного вида затрат обеспечивается за счет увеличения другого вида затрат.

Заключение. Снижение себестоимости продукции требует комплексного подхода, включающего оптимизацию всех аспектов производственной деятельности. Эффективное управление затратами не только повышает прибыльность, но и позволяет компании оставаться конкурентоспособной на рынке. Важно также учитывать, что снижение себестоимости не должно негативно сказываться на качестве продукции, так как это может привести к потере клиентов и ухудшению репутации компании.

Список цитируемых источников

1. Кузьмина, И. Н. Понятие и сущность себестоимости продукции / И. Н. Кузьмина // Экономика и социум. — 2022. — № 3. — С. 624-628.
2. Гринцевич, Л. В. Экономика предприятия : учеб. метод. пособие / Л. В. Гринцевич. — Минск : Белорус. нац. техн. ун-т, 2023. — 256 с.
3. Грицай, А. В. Экономика организации (предприятия) : учеб. метод. пособие / А. В. Грицай. — Минск : БГУИР, 2020. — 150 с.
4. Карпова, С. В. Управление ценами : учеб. пособие / С. В. Карпова, В. Н. Русин [и др.]. — Москва : Вузовский учебник, 2016. — 236 с.
5. Экономика организации (предприятия): учеб. пособие / Т. К. Руткаускас [и др.]; под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. Т. К. Руткаускас. — 2-е изд., перераб. и доп. — Екатеринбург: Изд-во УМЦУПИ, 2018. — 260 с.
6. Экономика организации (предприятия): электронный учебно-методический комплекс / сост.: А. К. Крамаренко. — Брест: БГТУ, 2022. — 201 с.