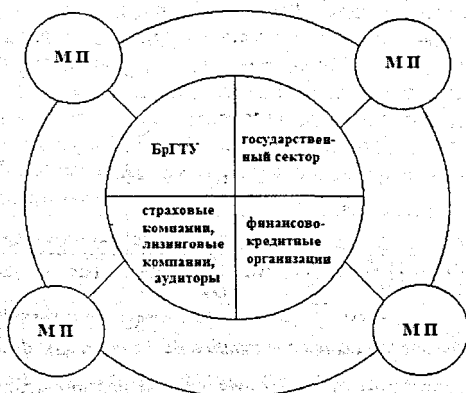


на использовании эффекта масштаба, являются точками роста, стимуляторы технического прогресса; представляют собой механизм повышения региональной и национальной конкурентоспособности, повышают результаты инновационного производства.

Отличие инновационного кластера от других форм экономических объединений заключается в том, что компании кластера не идут на полное слияние, а создают механизм взаимодействия, позволяющий им сохранить статус юридического лица и при этом сотрудничать с другими предприятиями, образующими кластер и за его пределами.

Взаимодействие внутри инновационного кластера осуществляется посредством вертикальных (цепи покупок и продаж), а также горизонтальных связей (дополнительные изделия и услуги, использование подобных специализированных процессов, технологий или институтов). Именно от взаимодействий внутри инновационного кластера, от способности его участников эффективно использовать внутренние и мобилизовать внешние ресурсы зависит конкурентоспособность всего инновационного кластера.



**Рисунок 1 – Кластер Брестской области**

#### **СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь: Статистический сборник / Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2012.
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by>.
3. Промышленность Республики Беларусь: Статистический сборник / Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2012.

УДК 657.471 «312»

**Артыков А.А.**

*Научный руководитель: к.т.н., профессор Радчук А.П.*

#### **НЕОБХОДИМОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ НА ПРИМЕРЕ ЧУПП «СТИМ»**

Основная задача управления затратами предприятия – поиск путей наиболее эффективного использования имеющихся ограниченных ресурсов посредством планирования, калькулирования, контроля затрат и бюджетирования внутрипроизводственной деятельности.

Существует несколько методов калькулирования себестоимости. Наиболее значительными являются следующие два метода производственного калькулирования:

- Absorption Costing (Абсорбшен-костинг – калькуляция себестоимости с полным распределением затрат);

- Direct (Variable) Costing (Директ-костинг – калькуляция себестоимости по переменным расходам) [1].

1. Абсорбшен-костинг – калькуляция с полным распределением затрат – подразумевает определение себестоимости продукции с распределением всех затрат между реализованной продукцией и остатками товара. Причем в рамках этого метода может вычисляться производственная или полная себестоимость.

Калькуляция с полным распределением затрат подразумевает расчет производственной себестоимости на основе прямых (трудовых и материальных) и косвенных общепроизводственных расходов, распределяемых в себестоимость продукции. Общехозяйственные косвенные расходы либо используются для вычисления полной себестоимости, либо подсчитываются как затраты периода, то есть не связываются с физическими единицами готовой продукции и списываются за период. Полная себестоимость, таким образом, складывается из производственной себестоимости плюс общехозяйственные расходы [2].

Таблица 1 – Расчет прибыли при калькуляции себестоимости по постоянным затратам

Показатели	Период 1	П 2	П 3	П 4	П 5	П 6
Произведено (кг)	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000
Продано (кг)	50 000	50 000	30 000	40 000	80 000	50 000
Запас на начало периода, кг.	-	-	-	20 000	30 000	-
Запас на конец периода, кг.	-	-	20 000	30 000	-	-
Выручка от реализации, млн.р.	600	600	360	480	960	600
Производственные затраты, млн.р.	306,8335	306,8335	184,1001	245,4668	490,9336	306,8335
Постоянные затраты, млн.р.	201,6665	201,6665	120,9999	161,3332	322,6664	201,6665
Корректировка на недостаток (избыток) возмещения накладных затрат, млн.р.			- 80,6666	- 40,333	120,9999	
Общие затраты (себестоимость), млн.р.	508,5	508,5	305,1	406,8	813,6	508,5
Прибыль, млн.р.	91,5	91,5	54,9	73,2	146,4	91,5

Для ЧУПП «СТИМ» принцип калькуляции себестоимости рассмотрим на примере производства дорожной краски. Данные о цене реализации и затратах на выпуск продукта:

- Цена дорожной краски «Спринтер» за 1кг = 12 000 руб.;
- Себестоимость = 10 170 руб.;
- Переменные затраты = 6 136,67 руб./кг.;
- Постоянные затраты за каждый период = 201 666 500 руб.

В таблице 1 представлены данные об объемах продажи продукции за 6 периодов, каждый из которых состоит из двух месяцев.

2. Директ-костинг (система калькуляции переменных затрат) базируется на распределении всех затрат на постоянные и переменные. Он предусматривает, что себестоимость продукции определяется только по переменным затратам. Так, к производственной себестоимости продукции относятся прямые материалы, прямая заработная плата и часть общепроизводственных затрат, которые являются переменными. По переменным затратам оценивается также остаток готовой продукции. Постоянные общепроизводственные расходы не включаются в себестоимость продукции, относятся к расходам периода, подлежат учёту отдельно и списываются на дебет счёта финансовых результатов отчётного периода. Контроль постоянных расходов осуществляется по центрам ответственности путём их бюджетирования, выявления и анализа отклонений от сметы [3].

Калькулирование по переменным затратам для предприятия «СТИМ» представлено в таблице 2. При использовании калькуляции себестоимости по переменным затратам себестоимость реализации 1 кг продукта составляет 6 136,67 руб. и включает только переменные затраты, так как только переменные затраты производства распределяют на продукт.

Таблица 2 – Расчет прибыли при калькуляции себестоимости по переменным затратам

Показатели	Период 1	П 2	П 3	П 4	П 5	П 6
Произведено, кг.	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000
Продано, кг.	50 000	50 000	30 000	40 000	80 000	50 000
Запас на начало периода, тонн				20 000	30 000	
Запас на конец периода, тонн			20 000	30 000		
Выручка от реализации, млн. р.	600	600	360	480	960	600
Производственные затраты, млн. р.	306,8335	306,8335	184,1001	245,4668	490,9336	306,8335
Постоянные затраты, млн. р.	201,6665	201,6665	201,6665	201,6665	201,6665	201,6665
Общие затраты (себестоимость), млн. р.	508,5	508,5	385,7666	447,1333	692,6001	508,5
Прибыль, млн. р.	91,5	91,5	-25,7666	32,8667	267,3999	91,5

Рисунок 1 показывает, что в расчетах прибыли есть следующие различия:

1. В периоды 1, 2 и 6 прибыль одинакова при использовании обоих методов калькуляции себестоимости; в течение обоих периодов объемы производства и реализации равны, и запасы не увеличиваются и не уменьшаются.
2. В периоды 3 и 4 прибыль, рассчитанная с полным распределением затрат, выше, в обоих периодах объем производства превышает объем продаж.
3. В периоде 5 использование системы калькуляции себестоимости по переменным издержкам ведет к калькуляции более высокой прибыли; за оба периода объем продаж превышает объем производства.

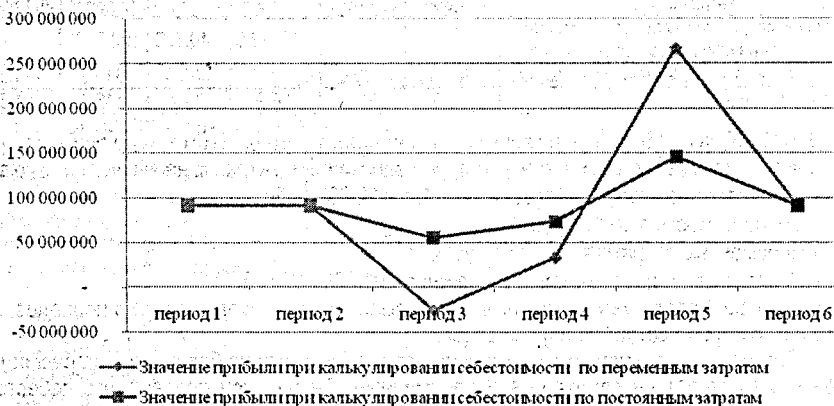


Рисунок 1 – Динамика прибыли при калькулировании себестоимости по постоянным и переменным затратам

Таким образом, доводы в пользу внедрения системы калькулирования себестоимости по переменным затратам на предприятии «СТИМ» следующие:

- 1) калькуляция себестоимости по переменным затратам избавит прибыль от влияния изменений запасов:

2) калькуляция себестоимости по переменным затратам позволит избежать капитализации постоянных накладных затрат в неликвидных запасах

3) калькуляция себестоимости по переменным затратам обеспечит более полезную для принятия управленческих решений информацию.

Рассмотрим расчет точки безубыточности. Цель анализа безубыточности – установить, что произойдет с финансовыми результатами, если определенный уровень производительности или объем производства изменится.

Точка безубыточности – это объем реализации, при котором доходы предприятия равны его расходам, предприятие не имеет ни прибыли, ни убытков.

Существует несколько методов определения точки безубыточности, но в нашем случае проведем анализ безубыточности для многономенклатурного производства на предприятии «СТИМ» [4].

Таблица 3 – Расчетная таблица для определения точки безубыточности

Показатель	Тип продукции			ИТОГО
	Краска для дорожной разметки	Термопластик для дорожной разметки	Пластик холодного нанесения	
Объем	300 000	100 000	70 000	
Выручка/ед	12 000	10 000	17 300	
Переменные затраты/ед	6 136,67	4 764,60	8 713,93	
МП/ед	а5 863,33	5 235,40	8 586,07	
Итого марж. доход	1 758 999 480	523 540 020	601 025 096	2 883 564 596
Постоянные затраты				1 999 364 584
Валовая прибыль, руб.				884 200 012
Коэффициент МП	48,86%	52,35%	49,63%	

Для определения точки безубыточности в натуральном выражении для многопрофильного производства продукции автор предлагает использовать следующую формулу:

**Прибыль = (МП (1) x ед. прод. (1) + МП (2) x ед. прод. 2) + ...) – Пост. Затраты, (1)**

$$0 = 5863.33 \cdot V_1 + 5235.4 \cdot 100000 + 8586.07 \cdot 70000 - 1999364584$$

$V_1 = 149198.36$  кг – точка безубыточности для первого продукта;

$$0 = 5863.33 \cdot 300000 + 5235.4 \cdot V_2 + 8586.07 \cdot 70000 - 1999364584$$

$V_2 = - 68888.71$  кг – точка безубыточности для второго продукта;

$$0 = 5863.33 \cdot 300000 + 5235.4 \cdot 100000 + 8586.07 \cdot V_3 - 1999364584$$

$V_3 = - 32980.73$  кг – точка безубыточности для третьего продукта.

Для определения точки безубыточности в денежном выражении автор предлагает полученный объем производства умножить на цену:

$X_1 = 149198.36 \cdot 12 000 = 1 790 380 363$  руб. – точка безубыточности для первого продукта;

$X_2 = - 68888.71 \cdot 10 000 = - 688 887 127$  руб. – точка безубыточности для второго продукта;

$X_3 = - 32980.73 \cdot 17 300 = - 570 566 539$  руб. – точка безубыточности для третьего продукта.

В результате предприятие получает следующие преимущества:

1) четкое планирование производства, в том числе оптимизацию издержек производства по видам продукции и подразделениям;

2) достоверный прогноз уровня затрат на производство, ценовой ситуации на рынке и прибыли предприятия. На основе сделанных прогнозов осуществляется расчет плана

производства. А служба снабжения предприятия на основе этих прогнозов обеспечивает бесперебойную поставку материалов, сырья и комплектующих;

3) оценка деятельности каждого подразделения предприятия с финансовой точки зрения. Предприятию нет необходимости «тащить хвост» убыточных, нерентабельных производств. Вовремя избавившись от них, оно получает дополнительные ресурсы для развития других, успешных направлений;

4) аргументированное принятие решения по расширению диапазона выпускаемых товаров или оказываемых услуг, например, за счет выпуска новых марок товаров, диверсификации деятельности, проникновения на новые рынки;

5) четкое планирование маркетинга. Анализ безубыточности помогает решить, насколько целесообразно увеличение доли средств, инвестируемых в продвижение товара на рынок; как это отразится на общих накладных расходах и увеличении минимального объема производства для достижения точки безубыточности.

Можно быть уверенными, что на предприятии, где анализ безубыточности становится регулярно применяемым механизмом в оперативном и стратегическом управлении, такие проблемы, как убыточность производства, перепроизводство продукции или неконтролируемый рост расходов, не возникнут.

#### СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Голов, С.Ф. Управленческий бухгалтерский учет. – Киев: Скорби, 1998.
2. Друри, К. Введение в управление и предварительный учет. – М: Юнити, 1998.
3. Карпова, Т.П. Управленческий учет – М: Юнити, 2004.
4. Управление затратами на предприятии (спец. курс) – Мн.: МФК, 1999.

УДК 334.722(476)

**Басюк Н.И.**

**Научный руководитель: ст. преподаватель Будурян Т.А.**

### ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ БЕЛОРУССКИХ ФИРМ И ПУТИ ЕГО РЕАЛИЗАЦИИ

Целью настоящей работы является анализ предпринимательского потенциала белорусских фирм, анализ уже существующих путей решения проблемы и предложение новых.

Устойчивый рост белорусской экономики возможен при условии развития частного бизнеса. Этот тезис содержится в большинстве рекомендаций, разработанных международными финансовыми организациями для нашей страны за последнее время. Именно частные компании во всем мире постоянно совершенствуют свою работу, чтобы производить все более качественные и доступные товары, именно они создают новые рабочие места и приносят наибольшие доходы бюджету в развитых странах.

По состоянию на 1 января 2013 г. [1] на учете в налоговых органах состояли 334 326 субъектов малого и среднего предпринимательства. В сравнение: на 1 января 2012 г. на учете в налоговых органах состояло 313 393 субъекта малого и среднего предпринимательства. Данные представлены на рисунке 1.

Распространение малого бизнеса по территории республики крайне неравномерно. По количеству предприятий за 2011 год регионы Беларуси расположились в следующем порядке: Минск, Минская область, Брест, Гомель, Витебск, Гродно, Могилев. Причем в городе Минске и Минской области количество предприятий больше в разы. Это объясняется развитой производственной и социальной инфраструктурой г. Минска, на его территории сконцентрированы огромные производственные мощности и квалифицированные кадры.