

- изменен размер доходов, освобождаемых от подоходного налога с физических лиц, в виде оплаты страховых услуг страховых организаций Республики Беларусь, в том числе по договорам добровольного страхования жизни, дополнительной пенсии, медицинских расходов, получаемые от организаций и индивидуальных предпринимателей, являющихся местом основной работы (службы, учебы), в том числе пенсионерами, ранее работавшими в этих организациях и у этих индивидуальных предпринимателей с 6 000 000 белорусских рублей до 12 000 000 белорусских рублей от каждого источника в течение налогового периода (подпункт 1.191 статьи 163 НК Республики Беларусь);

- при определении размера налоговой базы плательщик имеет право применить социальные налоговые вычеты в сумме, не превышающей 12 000 000 белорусских рублей в течение налогового периода и уплаченной плательщиком страховым организациям Республики Беларусь в качестве страховых взносов по договорам добровольного страхования жизни и дополнительной пенсии, заключенным на срок не менее трех лет, а также по договорам добровольного страхования медицинских расходов (пункт 1.2. статьи 165 НК Республики Беларусь).

Оценка современных тенденций развития страхового рынка Республики Беларусь свидетельствует о росте его роли в системе социально-экономических и финансовых отношений и необходимости дальнейшего повышения уровня обеспечения страховой защитой граждан и предприятий, реализации механизма, гарантирующего стабильный экономический рост вне зависимости от неблагоприятной экономической конъюнктуры, природных и техногенных катастроф.

Только в случае, когда правительство гарантирует равноправное функционирование всех участников рынка страховых услуг, а также возмещает потери населению и устанавливает необходимые стимулы к страхованию для предприятий и населения, страховой рынок будет полноценно развиваться, являясь основой устойчивого экономического роста.

Список цитированных источников

1. **Итоги деятельности страховых организаций.** [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://www.minfin.gov.by/>
2. **Отдельные показатели деятельности страховых организаций Республики Беларусь на 1 марта 2014 года.** [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://www.belasin.by/>
3. **Налоговый кодекс Республики Беларусь 2014.** [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://www.nalog.gov.by/>

УДК 338

Шаш А.А.

Научный руководитель: доцент Зазерская В.В.

УПРАВЛЕНИЕ ЗАТРАТАМИ НА СТАДИИ РАЗРАБОТКИ ПРОДУКТА

При производстве новых, инновационных продуктов мы предлагаем воспользоваться концепцией таргет-костинг, которая направлена на подстройку затрат по производству продукции или оказанию услуг под требования рынка, чтобы предприятие сохраняло конкурентоспособность. Растущей проблемой данного принципа является определение принимаемых рынком цен на про-

дукцию. На практике наши предприятия оптимизируют издержки за счет сокращения расходов на производство и продажу готовой продукции. При этом не принимают во внимание величину затрат на разработку новой продукции. В результате устраняют следствие, а не причину высоких расходов. Поэтому первостепенной становится задача разработать товар, себестоимость которого была бы достаточно низкой для обеспечения необходимого уровня прибыли. Этого можно достигнуть, если внедрить на предприятии концепцию таргет-костинг.

Вместо того чтобы формировать обычным путем затратную часть продукции на предприятии и к ней же, по сути, «требовать» прибыль у своего клиента, предприятию следует во главу угла ставить только готовность потребителей платить за предлагаемый товар. Функция планирования производства новых продуктов связана с контролем издержек и определением целевой себестоимости в соответствии со стратегическими целями, на рисунке этот блок механизма выделен красным. На этом этапе необходимо прогнозировать изменение прибыли предприятия в зависимости от изменения объема продаж, а также определить точку безубыточной деятельности. Мы предлагаем применить такой инструмент, как операционный рычаг.

Операционный рычаг – это механизм управления прибылью предприятия, основанный на оптимизации соотношения постоянных и переменных затрат.

Известно, что предпринимательская деятельность связана со многими факторами. Все их можно разделить на две группы. Первая группа факторов связана с максимизацией прибыли. Другая группа факторов, к которым относится эффект операционного рычага, связана с выявлением критических показателей по объему реализуемой продукции, наилучшим сочетанием предельной выручки и предельных затрат, с делением затрат на переменные и постоянные. Эффект операционного рычага заключается в том, что любое изменение выручки от реализации всегда порождает более сильное изменение прибыли.

Традиционно расчет себестоимости происходит следующим образом: сначала определяется рыночная цена на данный вид продукции, затем устанавливается желаемый размер прибыли, а потом рассчитывается максимально допустимый размер себестоимости.

Анализ величин постоянных и переменных расходов предприятия позволяет выявить уровень риска, что является необходимым этапом планирования и принятия управленческих решений.

Расчет и управление себестоимостью в таргет-костинг происходит в следующей последовательности.

Для поддержания конкурентоспособности необходима диверсификация производства на основе маркетингового исследования рынка с целью изучения требований покупателей к товару. Выявляют свойства товара, за которые потребители готовы платить.

Рассмотрим на примере производства мебели. Такими свойствами являются: легкость по массе, компактность, вместительность, стильный дизайн. Емкость рынка – 20 единиц в месяц. После анализа этих требований расставляются приоритеты.

1. Приоритеты требований покупателей к исследуемой продукции:
2. Предполагаемая цена, устанавливается на основе аналогичных товаров.
3. Расчет целевой себестоимости.

4. Далее рассчитываем себестоимость нового продукта на основе плановой калькуляции по нормам затрат.

5. Определение целевой себестоимости изделия на основе функционального подхода.

После расчета целевой себестоимости необходимо оценить возможности предприятия по производству продукции с такой величиной расходов. Для корректировки данной величины предлагаем применить инструмент операционного рычага.

Система учета таргет-костинг требует четкой детальной классификации затрат для контроля за их поведением в процессе функционирования организации. Это поможет также подготовить информационную базу для расчета эффекта операционного рычага.

Каждая функция имеет свою статью затрат. Система учета таргет-костинг требует четкой детальной классификации затрат для контроля за их поведением в процессе функционирования организации. Это поможет также подготовить информационную базу для расчета эффекта операционного рычага

Группировка затрат по калькуляционным статьям позволяет организовать контроль над ними, устанавливать, по каким направлениям необходимо вести поиск путей снижения издержек производства. На основании этой группировки строится аналитический учет затрат на производство, составляется плановая и фактическая калькуляция себестоимости отдельных видов продукции.

В общем виде номенклатура статей калькуляции для производственных организаций при применении системы учета таргет-костинг может выглядеть следующим образом:

«Сырье и материалы»;

«Возвратные отходы (вычитаются)»;

«Покупные изделия, полуфабрикаты и услуги производственного характера сторонних организаций»;

«Топливо и энергия на технологические цели»;

«Заработная плата производственных рабочих»;

«Отчисления на социальные нужды»;

«Расходы на подготовку и освоение производства»;

«Общепроизводственные расходы»;

«Потери от брака»;

«Прочие производственные расходы»;

«Итого производственная себестоимость».

Систематизируем по статьям калькуляции:

Легкость по массе – «Заработная плата производственных рабочих»; Покупные изделия, полуфабрикаты и услуги производственного характера сторонних организаций»; «Сырье и материалы.

Компактность – «Заработная плата производственных рабочих».

Вместительность – «Заработная плата производственных рабочих»; «Сырье и материалы.

Стильный дизайн – «Заработная плата производственных рабочих»; «Общепроизводственные расходы».

Для прогноза себестоимости и реализации инструмента операционного рычага необходимо изучить поведение затрат для данного вида деятельности.

Рассмотрим ситуацию для предприятий с высокими переменными затратами. У предприятия с более высокими переменными расходами график безубыточности сдвинут вверх. После прохождения критической точки, предприя-

тия полностью покрывают свои постоянные издержки и начинают получать операционную прибыль. Расширение зоны прибыли происходит у него с более высокими постоянными затратами. Получается, что в данной ситуации высокий уровень переменных расходов является благом: он как рычаг усиливает влияние даже небольшого прироста объема продаж.

Следовательно, наиболее существенно влияние операционного рычага на прибыль предприятия происходит в окрестностях критической точки. Предприятия, объемы продаж которых значительно превышают критическую точку, менее восприимчивы к влиянию операционного рычага.

Основными тремя составляющими операционного рычага являются постоянные затраты, переменные затраты и цена [1]. Все они в той или иной степени связаны с объемом продаж. Меняя их, менеджеры могут оказывать влияние на объем продаж. Для таргет-костинг мы рассматриваем изменение цены. Изменение цены на продукцию обычно влияет на рыночное равновесие и прямо воздействует на объем продукции в натуральном выражении. Как результат, анализа изменения цены будет недостаточно, чтобы определить его влияние на безубыточность, так как в результате изменения цены так же изменится объем реализуемой продукции. Другими словами, изменение цены может непропорционально сильно отразиться на объеме реализуемой продукции. Производственный рычаг является показателем, помогающим менеджерам выбрать оптимальную стратегию предприятия в управлении затратами и прибылью. Понимание механизма проявления производственного рычага позволяет целенаправленно управлять соотношением постоянных и переменных затрат в целях повышения эффективности производственно-хозяйственной деятельности при различных тенденциях конъюнктуры товарного рынка и стадии жизненного цикла предприятия. Поэтому при изменении цены нужно больше учитывать требование рынка, а не внутренние потребности предприятия.

Список цитированных источников

1. Панков, Д.А. Бухгалтерский учет и анализ за рубежом. – М.: Новое знание, 2005. – 251 с.

УДК 338.48

Худайназаров Б.М.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Обухова И.И.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И ТУРКМЕНИСТАНЕ

В современную эпоху частное предпринимательство как в Беларуси, так и в Туркменистане занимает все более прочные позиции в различных сферах народнохозяйственного комплекса, систематически наращивая свой вклад в стабильное развитие государства. В обеих странах разработана законодательно-правовая база, основные документы которой способствуют активизации малого и среднего бизнеса, однако, как показывает опыт, она нуждается в дальнейшем совершенствовании.

Для того, чтобы выявить конкретные проблемы законодательного обеспечения функционирования малого и среднего бизнеса в Республике Туркмени-