

Список использованных источников

1. Белоусов, А. И. Бухгалтерская наука в современных экономических реалиях: монография / А. И. Белоусов. – Ставрополь : ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет», 2020. – 118 с.
2. Михайлова, Г. В. Трансформация понятия «коммерческая тайна» в цифровой экономике / Т. В. Михайлова // Ломоносовские чтения – 2019. Секция экономических наук. Экономические отношения в условиях цифровой трансформации: сборник тезисов. – М : Экономический факультет МГУ имени М.В.Ломоносова, 2019. – С. 995–997.
3. Цифровая мобилизация (круглый стол Изборского клуба) // Изборский клуб. – 2017. – № 8 (54). – С. 29–36.

УДК 657

ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ МЕТОДОВ УЧЕТА ЗАТРАТ НА БЕЛОРУССКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Алишевич А. С.

*Брестский государственный технический университет, г. Брест, Республика Беларусь
Научный руководитель: Примаичук И. В., старший преподаватель*

Актуальность моего исследования напрямую связана с тем, что знания и умения вести учёт согласно международным стандартам позволяют отечественным производителям сотрудничать с множеством зарубежных компаний. Целью моей работы является выдвижение гипотезы об использовании каждого из методов для белорусских предприятий. Существует множество методов ведения бухгалтерского учета в международной практике, которые позволяют не только быстро и эффективно проводить калькулирование себестоимости, но и совершенствовать качество продукции, снижая при этом затраты на производство.

Директ-костинг – это учет прямых затрат на изготовленную и реализованную продукцию. По этому методу в себестоимости учитывают только прямые (переменные) затраты, а постоянные косвенные – списывают на финансовый результат.

Особенно эффективен директ-костинг, когда нужно сравнить рентабельность нескольких позиций товара; выбрать прибыльное направление в производстве; решить, какую линейку производства запустить, а какую — приостановить; сократить издержки и сформировать гибкую ценовую политику компании.

На сегодняшний день мало предприятий Республики Беларусь используют директ-костинг в качестве метода учёта затрат. Начиная с 2006 года этот метод начал активно внедряться в белорусскую экономику, поскольку программой социально-экономического развития было заявлено о необходимости перехода экономики страны к инновационной стадии развития. Однако данный метод не так широко распространен в Республике Беларусь, как привычные методы, что подразумевало включать в себестоимость продукции косвенных затрат, напрямую не связанных с производством продукции. Важно понимать, что перед применением директ-костинга необходимо провести классификацию всех расходов на постоянные и переменные, что также затратно. Директ-костинг был бы актуален для крупных предприятий, производство которых связано не только с материальными затратами, но и оплатой электроэнергии, арендных платежей, кредитов и т. п. Среди них можно отметить Гомсельмаш, Белкоммунмаш, ОАО «Амкордор» и т. п.

Наряду с системой директ-костинг в управленческом учете применяется система *стандарт-костинг*, которая представляет собой систему учета затрат и калькулирования себестоимости на основе нормативных (плановых) затрат. В ее основе лежит принцип учета и контроля затрат в пределах установленных норм и нормативов и отклонениям от них. Перед применением данного метода и перед началом производственного процесса проводится предварительное нормирование затрат. Следует отметить, что стандарт-костинг могут применять предприятия только с постоянной номенклатурой выпускаемой продукции и со стабильной технологией производства.

На мой взгляд, метод стандарт-костинг будет эффективен в машиностроении, обувной и мебельной промышленности, поскольку он позволит планировать и контролировать поставку и использование сырья и материалов. Следовательно, нормирование запасов позволит снизить издержки производства и ускорить оборачиваемость оборотного капитала. Такими предприятиями в Брестской области могут быть ОАО «Брестмаш», СП ОАО «Брестгазоаппарат», ООО «Стим», СООО «ПП Полесье», ЧУПП «Мебельная фабрика «Лагуна».

Таргет-костинг – это метод управления себестоимостью (затратами на производство) продукции. Сущность заключается в снижении себестоимости продукции на всем ее производственном цикле, за счет применения производственных, инженерных, научных исследований и разработок.

Система целевого управления затратами таргет-костинг основывается на очень простой идее: если для успешного бизнеса изделие нужно продавать по цене, не превышающей рыночную, то определение себестоимости будущей продукции начинается именно с установления цены на нее. Традиционный метод ценообразования просто вывернут наизнанку. Сначала определяется рыночная цена на данный вид продукции, затем устанавливается желаемый размер прибыли, а потом рассчитывается максимально допустимый размер себестоимости. Для выпуска новой продукции (или продвижения на новые рынки) предприятие проводит маркетинговое исследование, позиционирует продукт на рынке, затем устанавливает потенциальную продажную цену на данную продукцию. Одновременно с этим необходимо выделить такие функциональные характеристики и свойства продукта, которым потребители отдадут наибольшее предпочтение: так закладывается компонентная концепция будущего производства и определяются критерии качества. На мой взгляд, данный метод применим к автомобильной промышленности, в частности к белорусско-китайской компании Geely, которая могла бы создавать автомобили для разных категорий населения и исходя из самих потребностей, а также возможностей потребителей.

ABC-анализ – метод, позволяющий определить наиболее значимые ресурсы компании с точки зрения валовых продаж и валовой прибыли, нерентабельные или низкорентабельные группы товаров, своевременно улучшить и оптимизировать ассортиментный портфель. Цель ABC анализа – простое, удобное и наглядное ранжирование любых ресурсов с точки зрения их вклада в прибыль или продажи. Благодаря такому ранжированию можно правильно расставить приоритеты деятельности, сфокусировать использование ограниченных ресурсов компании (трудовые, временные ресурсы, инвестиции и т. д.), выявить излишнее использование ресурсов и предпринять своевременные корректирующие меры. ABC-метод целесообразнее применять на крупных предприятиях, таких как БелАЗ, МАЗ, МТЗ, где огромное количество ресурсов и имеет место дифференциация продукции.

В основу этой методики положен принцип: производить продукцию только тогда, когда в ней нуждаются в количестве меньшем, чем то, что требуется. Метод базируется на логистической концепции – *«ничего не будет произведено, пока в этом не возникнет необходимость»*. Отказ от производства продукции крупными партиями. Снабжение производства осуществляется малыми партиями в соответствии с необходимостью, в результате чего достигается снижение уровня запасов товарно-материальных ценностей. Использование этой методики позволяет предприятию избавиться от лишних издержек путем сокращения непроизводительных расходов, которые складываются, в частности, из выпуска излишней продукции, простоев оборудования и персонала, содержания излишних складских помещений, потерь, связанных с наличием дефектов изделий. Применение данного метода актуально для крупных предприятий, несущих большие затраты на сырье и материалы. На мой взгляд, применение данного и не только метода помогло бы ОАО «Брестский электроламповый завод» избежать банкротства из-за перенасыщения продукцией.

Кайзен-костинг – это процесс постепенного снижения затрат на этапе производства продукции, в результате которого достигается необходимый уровень себестоимости и обеспечивается прибыльность производства. Кайзен-костинг используется в управленческом учете параллельно с таргет-костингом. Обе системы имеют одинаковую цель – достижение целевой себестоимости: таргет-костинг – на этапе проектирования нового изделия, кайзен-костинг – на этапе производства изделий.

Кайзен-костинг можно использовать практически в любой отрасли, причём в совокупности с другими методами управления затратами. В этом весомое преимущество кайзен-костинга, равно, как и другое – обоснованная реальность снижения затрат и обеспечение прибыльности. Ещё одно преимущество кайзен-костинга заключается в том, что он обеспечивает непрерывное снижение затрат и удержание их на заданном уровне. Я думаю, что помимо тяжелой промышленности, данный метод можно применить в легкой промышленности, в частности в пищевой и текстильной. Такие предприятия, как ОАО «Савушкин-продукт», молочно-сыродельные комбинаты, ОАО «Брестский мясокомбинат», Lakbi, ОАО «Брестский чулочный комбинат».

Бенчмаркинг может рассматриваться как процесс, деятельность по долгосрочному обдумыванию стратегии предпринимательства, основывающиеся на лучшем опыте партнеров и конкурентов на отраслевом, межотраслевом, национальном и межнациональном уровнях. Бенчмаркинг близок к понятию маркетинговой разведки. Однако маркетинговая разведка — это сбор конфиденциальной информации об изменении внешней среды маркетинга. Данный метод особенно актуален для предприятий на этапе спада, поскольку внедрение опыта других компаний поможет вывести продукцию на новый уровень. В частности, ОАО «Брестские ковры», шоколадная фабрика СООО «Первая шоколадная фабрика Идеал» могли бы использовать международный опыт в производстве определенной продукции, в результате чего возможно возвращение на лидирующие позиции.

В настоящее время в управлении затратами отечественных предприятий могут найти применение ряд методов, широко используемых западными компаниями. Здесь стоит упомянуть о таком инструменте управления расходами, как косткилинг — это конкретный набор наиболее быстрых и эффективных методов и способов оптимизации затрат, дающих гарантированный результат в любых условиях. Позволяет располагать полной и достоверной информацией о состоянии затрат на предприятии. Стимулирует руководство предприятия к снижению издержек. Определенным образом способствует построению эффективной системы мотивации персонала. Это особая система мышления руководителей всех уровней управления, направленная на постоянный поиск возможностей, которые повысят эффективность деятельности компании.

Этот метод тесно связан с бенчмаркингом, в котором также используют опыт других компаний. Данный метод применим к строительной отрасли ОАО «Полесьежилстрой», КУП «Брестжилстрой», мебельным предприятиям ЗАО «Пинскдрев», ОАО «Пружанский льнозавод».

Учет и анализ затрат является важнейшим инструментом управления предприятием, поскольку позволяет получить глубоко структурированную информацию, необходимую для регулирования производственного процесса и адекватной оценки уровня его эффективности. В рыночной экономике управление (учет, анализ и контроль) затратами носит системный характер и представляет собой упорядоченный процесс сбора и регистрации информации о затратах и результатах по процессам и видам деятельности. Использование данной системы обеспечивает оптимизацию себестоимости продукции, способствует повышению уровня рентабельности и, в конечном счете, сказывается на конкурентоспособности предприятия. Кроме этого, системный подход к управлению затратами способствует реализации контрольно-аналитической задачи управления и повышению степени обоснованности принимаемых решений.

Однако, несмотря на важность данного аспекта управления, отечественные предприятия продолжают использовать методы учета и анализа затрат, неприемлемые для рыночной экономики, не позволяющие управлять затратами по видам, продуктам, центрам ответственности и местам возникновения. В связи с этим объективно необходимым является рассмотрение современных методов управления затратами с целью обоснования выбора наиболее эффективных.

Список использованных источников

1. Зарубежные методы учёта затрат [Электронный ресурс] // Формирование себестоимости продукции на предприятии. – Режим доступа: <https://lms2.sseu.ru/mod/book/tool/print/index.php?id=64950>. – Дата доступа: 08.11.2021.

2. Методы учета затрат и калькулирования себестоимости продукции, работ, услуг [Электронный ресурс] // Факторы, определяющие выбор метода учета затрат и калькулирования себестоимости. – Режим доступа: <https://studfile.net/preview/8809480/page:32>. – Дата доступа: 10.11.2021.

3. Принципы ведения учёта затрат на основе выделения бизнес-процессов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.itu.int/ITU-D/finance/work-cost-tariffs/events/tariff-seminars/Ukraine-08/PDF/Nazarchuk_ONAT.pdf. – Дата доступа: 10.11.2021.

УДК 657

CONCEPTUAL ASPECTS OF THE PROFIT GENERATION IN THE ACCOUNTING SYSTEM FOR MANAGEMENT PURPOSES

Plysak Maryna

Polisia National University, Zhytomyr, Ukraine

Supervisor - Malyuga N.M, Doctor of Economic Sciences, Professor

Abstract: Substantiation of profit as an object of accounting and taxation of business, methods of its formation for business and taxation and reflection in the accounts of accounting, financial reporting and tax return.

The economic activity of any enterprise involves a constant comparison of income and expenses and determine the financial result. The important role of profit in business is due to its functions. The formation of profit is influenced by various factors, which can be classified as follows: logistical; organizational and managerial; economic; social; ecological; market and marketing; economic and legal; administrative.

Due to the constant changes in the legal legislation of Ukraine, debatable and unresolved issues remain and arise, especially the harmonization of accounting and tax processes in the field of profit generation. At the same time, today the issue of harmonization of accounting and tax profits is acute. Based on the results of the study and based on the needs of assessing the efficiency of economic activity of enterprises, we propose to calculate three types of profit indicators as objects of accounting according to the following methodology of their calculation:

- a) the profit generated by the enterprise (PQ), for the overall assessment of the effectiveness of entrepreneurial activity;
- b) the profit that remains at the disposal of enterprises (PR), to assess the effectiveness of their activities by the owners;
- c) net investment income, which provides a change in equity (NI), to assess the attractiveness of economic activity in the dynamics.

Information of financial, managerial and tax accounting and statistical observations allow to form for the management system of the enterprise as effective objects of financial results of business the following indicators:

1. Gross financial result (profit, loss) at the levels
2. Operating financial result of the enterprise.
3. Settlement and conditional operating financial result at full cost in relation to the centers of responsibility, sold objects of activity, buyers, market segments.
4. Created financial result (profit, loss) as a result of economic activity.
5. Created financial result (profit, loss) as an object of taxation.
6. Created a net financial result (profit, loss).
7. Net investment income is created.

Thus, in economic activity, financial results as objects of accounting for business results and its taxation have a large number of characteristics and features that can be considered in various aspects. In order to assess the level of efficiency of economic activity, it is necessary to create information resources in the system of accounting accounts, which would allow to analyze, improve, stimulate and streamline the functioning of the enterprise. At the same time, profit is an important