

*Горбулинская А. С.*

*Белорусский государственный университет транспорта, Гомель*

*Научный руководитель: старший преподаватель Бойкачева Е. В.*

## **УЧЕТ ЗАТРАТ И КАЛЬКУЛИРОВАНИЕ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ**

Получение прибыли является главной целью любого предприятия, т. е. получение разности между полученными доходами и произведенными расходами. Исходя из этого, чем больше доходы и меньше расходы, тем больше прибыль. Поэтому успех деятельности предприятия зависит от того, может ли оно влиять на два эти фактора. Если ответ положительный, то такое предприятие можно назвать конкурентоспособным.

Доход предприятия зависит, в первую очередь, от цены проданной продукции (работ, услуг), которое произвело предприятие. Он, в свою очередь, зависит от себестоимости, т. е. количества произведенных затрат на единицу продукции. Отсюда следует, что затраты играют важную роль в функционировании предприятия. От управления ими зависит финансовое состояние организации в целом и его позиции на постоянно меняющемся рынке. Все это говорит об актуальности выбранной темы.

Целью работы является исследование методов управления затратами и калькулирования себестоимости в условиях развития экономики.

С точки зрения управления затратами главной целью калькулирования себестоимости продукции является объективное исчисления затрат на производство продукции для корректной оценки затрат необходимо знать их величину в долгосрочной перспективе.

В современных условиях хозяйствования и определения экономической политики развития организации Республики Беларусь актуальной становится проблема разработки соответствующего механизма управления затратами, поиск инструментария использования экономических законов.

Управленческой инновацией, повышающей эффективность административной деятельности, становится использование ABC-анализа, Just in time ("точно вовремя") и таргет-кост в целях управления затратами, снижения себестоимости и увеличение финансового результата [1].

Один из методов, который широко используется при планировании и управлении затратами, является метод учета и калькулирования затрат по функциям (ActivityBasedCosting – ABC). Основной принцип ABC-технологии состоит в следующем: накладные издержки приписываются к продукту по мере их проявления в процессе реализации соответствующего бизнес-процесса, а не локализируются по видам продукции после завершения процесса производства или продаж. Данный метод мы более подробно изучим в следующей главе.

Сущность ABC-анализа состоит в группировке объектов с точки зрения их весомости:

- 1) группа А – высокий объем продаж (работ, услуг), высокая прибыль;
- 2) группа В – относительно высокий объем продаж (работ, услуг), средняя прибыль;
- 3) группа С – низкий объем продаж (работ, услуг), низкая прибыль.

Отличие ABC-метода от других методов учета затрат и калькулирования состоит в порядке распределения косвенных (накладных) расходов. ABC-анализ – анализ товарных запасов путем деления на три категории:

- А – наиболее ценные, 20 % – ассортимента; 80 % – продаж;
- В – промежуточные, 30 % – ассортимента; 15 % – продаж;
- С – наименее ценные, 50 % – ассортимента; 5 % – продаж [3].

Метод ABC представляет собой технологию, которая выходит за рамки просто учета затрат и превращается в эффективную технологию управления затратами.

В настоящее время прогрессивным методом целевого стратегического управления затратами считается таргет-кост. 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.

Наибольшее распространение target costing получил на предприятиях, работающих на международных рынках в условиях жесткой конкуренции, и прежде всего в инновационных отраслях: автомобилестроении, производстве электроники, т.е. там, где японские предприятия ведут агрессивную маркетинговую политику, вытесняя конкурентов даже с их национальных рынков. На сегодняшний день в Японии более 80% крупных компаний (Toyota, Daihatsu, Nissan, Matsushita, NEC, Sony, Cannon, Olympus, Nippon) активно работают по системе таргет-костинг. В США и Европе число таких предприятий не столь велико, однако и там таргет-костинг быстро находит приверженцев: Daimler/Chrysler, Procter & Gamble, Caterpillar, ITT Automotive.

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.

Таким образом, принципами системы таргет-костинг являются следующие:

- 1) первостепенная и постоянная ориентация на требования рынка и клиентов;
- 2) калькуляция целевых затрат для новых продуктов, а также их составных частей, позволяющих достичь желаемой, заранее заданной прибыли при существующих рыночных условиях;
- 3) учет влияния на себестоимость продукции пожеланий потребителей по качеству и срокам изготовления продукции;
- 4) использование концепции жизненного цикла продукта.

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 отдают наибольшее предпочтение: так закладывается компонентная концепция будущего производства и определяются критерии качества.

На основе спрогнозированной маркетинговым отделом выручки от реализации продукции определяются так называемые допустимые расходы (allowable costs). Допустимые расходы рассчитываются вычитанием из прогнозируемой выручки, очищенной от косвенных налогов, величины запланированной прибыли, относящейся к данному продукту. Целевые затраты при этом калькулируются по всем компонентам и функциям проектируемого изделия. В это же время необходимо определить затраты на производство с учетом действующих на предприятии технологий и имеющегося оборудования. Такие затраты в таргет-костинге именуют текущими затратами (drifting costs)/

Глобальная проработка проекта с целью внедрения эффективной системы учета затрат по функциям требует работы не только квалифицированных сотрудников отделов учета, но и сотрудников других функциональных служб. Недостаточность вовлечения в процесс создания методов системы линейных менеджеров и персонала учетных служб могут стать причиной создания неэффективной системы.

Следующий метод, который мы рассмотрим это метод «точно вовремя» или Just in time. 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.

Метод строится на трех базовых принципах:

- система вытягивания производства (pull-принцип);
- производство непрерывным потоком;
- время такта.

Можно определить преимущества данного метода:

- сокращение затрат на содержание складских запасов (складских работников, складского оборудования, аренда складских помещений и др.);
- сокращение времени проведения заказа (из-за уменьшения размера партии, времени переналадки, времени простоев);
- лучшее обеспечение материалами, деталями и полуфабрикатами из-за размещения поставщиков ближе к производителям (кроме того, больше рабочих мест, развитие регионов);
- долгосрочное планирование для поставщиков и лучший сбыт товаров;
- рационализация производства через специализацию поставщиков на заказанных товарах и др. [2].

Исследования использования различных учетно-аналитических систем в управлении свидетельствуют о том, что все вышеперечисленные системы направлены на управление ресурсами в условиях ограниченности. Существует необходимость развития ABC-анализа, Just in time ("точно вовремя") и таргет-кост, как части и основы управленческого учета, так как это позволяет принимать обоснованные решения и снижать издержки с целью повышения потребительского спроса. Снижению себестоимости сейчас отводится важнейшая роль в экономике, вследствие повышения конкурентоспособности на рынке.

Таким образом, видно насколько разнообразны методы учета затрат, применяемые в отечественном бухгалтерском учете. Все предприятия стремятся максимизировать прибыль от продажи при минимальных затратах на производстве. Существующая в настоящее время отечественная система бухгалтерского учета несколько устарела, она с учетом директивной экономики и выполняет функции расчета налогооблагаемой базы. В связи с этим необходимо ее совершенствование, переориентация с использованием только традиционных методов затрат к использованию положительного зарубежного опыта. И при этом разумно учитывать преимущества и недостатки, особенности каждой системы учета.

#### **Список цитированных источников**

1. Карпова, Т.П. Управленческий учет / Т.П. Карпова. – М.: ЮНИТИ, 2014. – С.267.
2. Керимов, В.Э. Учета затрат, калькулирование и бюджетирование в отдельных отраслях производственной сферы / В.Э Карпова. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2015. - 484 с.
3. Ткач, В.И. Управленческий учет: международный опыт / В.И. Ткач. – М.: Финансы и статистика, 2016. – С.211.

**УДК 338.24**

**Куликовская И. Ю.**

**Белорусский государственный университет транспорта, Гомель**

**Научный руководитель: ст. преподаватель Сидорова Л. Г.**

## **ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ АУТСТАФФИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Актуальность исследований выбранной тематики заключается в том, что понятие аутстаффинга хотя и встречается в некоторых нормативно-правовых актах Республики Беларусь, однако никакого особого законодательного регулирования подобных взаимоотношений законодательство не содержит.

Аутстаффинг – это выведение персонала за штат компании. Его основной целью является решение вопросов, которые связаны с оптимизацией штатного расписания и оперированием бюджетом компании. Кроме того, аутстаффинг способствует снижению рисков, возникающих в случае трудовых споров.

В ряде случаев субъекты хозяйствования могут быть заинтересованы в снижении издержек, связанных с наймом персонала (осуществление расчета, начисление и выплата им зара-