

Список цитированных источников

1. Абарин, А. Заговор демократов // Совершенно секретно. Международный ежемесячник. №3 (178) март 2004 г.
2. Бутинец, Ф.Ф. Бухгалтерский облік: роздуми вченого. – Житомир: ПП «Рута», 2001. – С. 100.
3. Дружинина, Е.О. // Проблемы теории и методологии бухгалтерского учета, контроля и анализа: международный сборник научных работ / Е.О. Дружинина, В.С. Кивачук. – Выпуск 2(17). – Житомир: ЖДТУ, 2010. – С.142-151.
4. Емельянов, С.В. Новые типы обратной связи / С.В. Емельянов, С.К. Коровин. – М., 1997. – С. 3198
5. Кирцнер, Израэл М. Конкуренция и предпринимательство / Пер. с англ. под ред. проф. А.Н. Романова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 239 с.
6. Кивачук, В.С. Экономический анализ и контроль при оздоровлении предприятия: монография. – Брест: Издательство БрГТУ, 2007. – С. 196.
7. Кирейцев, Г.Г. Глобализация экономики и унификация методологии бухгалтерского учета. – Житомир: ЖГТУ, 2007. – 68 с.
8. Малюга, Н.М. Розвіток теорії бухгалтерського обліку: монографія. – Житомир: ПП «Рута», 2005. – 388 с.
9. Мизес, Л. фон. Человеческая деятельность: Трактат по экономической теории. – М.: ОАО НПО Экономика, 2000. – С. 239.
10. Пушкар, М.С. Метатеорія обліку, або якою повинна стати теорія: монографія. – Тернопіль, Карт-бланш, 2007. – 359 с.
11. Советский энциклопедический словарь / Научно-редакционный совет: А.М. Прохоров (пред.), М.С. Гиляров, Е.М. Жуков [и др.]. – М.: Советская энциклопедия, 1980. – 920 с.
12. Сорос, Дж. Алхимия финансов. – М.: ИНФРА-М. 1999. – 416 с.
13. Теоретические основы управления субъектами хозяйствования в условиях глобализации экономики / Монография. Коллектив авторов. под общей редакцией В.С. Кивачука. – Брест. Издательство БрГТУ, 2008. – 415 с.
14. Философский словарь / Под ред. И.Т.Фролова. – 5-е изд. – М., 1987. – С.65, 76.
15. Шумпетер, Й. Капитализм, социализм и демократия. – М.: Экономика, 1995. – 183 с.
16. Шумпетер, Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия, М.: Эксмо, 2007. – 174 с.
17. Шумпетер, Й. История экономического анализа / Й.А. Шумпетер.: в 3-х т. / Пер. с англ. под ред. В.С.Автономова. – СПб.: Экономическая школа, 2004. – С. 1184.
18. Шумпетер, Й. Теория экономического развития: (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры) / Й. Шумпетер; пер. с нем. В.С. Автономова [и др.]; общ. ред. А.Г. Милейковского. – М.: Прогресс, 1982. – 455 с.
19. Экологический энциклопедический словарь. – Кишинев: Главная редакция Молдавской советской энциклопедии. И.И. Дедю. 1989.
20. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.aup.ru/books/m497/2_3.htm - _ftn51. – Дата доступа: 18 декабря 2012.
21. Кивачук, В.С. Экономический анализ и контроль при оздоровлении предприятия: монография. – Брест: Издательство БрГТУ, 2007. – С. 196.
22. Britannica. Настольная энциклопедия. – АСТ: Астрель, 2007. – 2360 с.
23. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. – 2-е изд., испр. М.: Инфра-М, 1999.
24. Энциклопедический словарь Ф.А. Брокгауза и И.А. Ефрона. – С.-Пб.: Брокгауз-Ефрон. 1890-1907.

УДК 629

Шаш А.А.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Зазерская В.В.

Брестский государственный технический университет, г. Брест

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ЗАТРАТАМИ: ТАРГЕТ-КОСТИНГ

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 продукцию. На практике наши предприятия оптимизируют издержки за счет сокращения расходов на производство и продажу готовой продукции. При этом не принимают во внимание величину затрат во время разработки 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, 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 (рисунок 1).

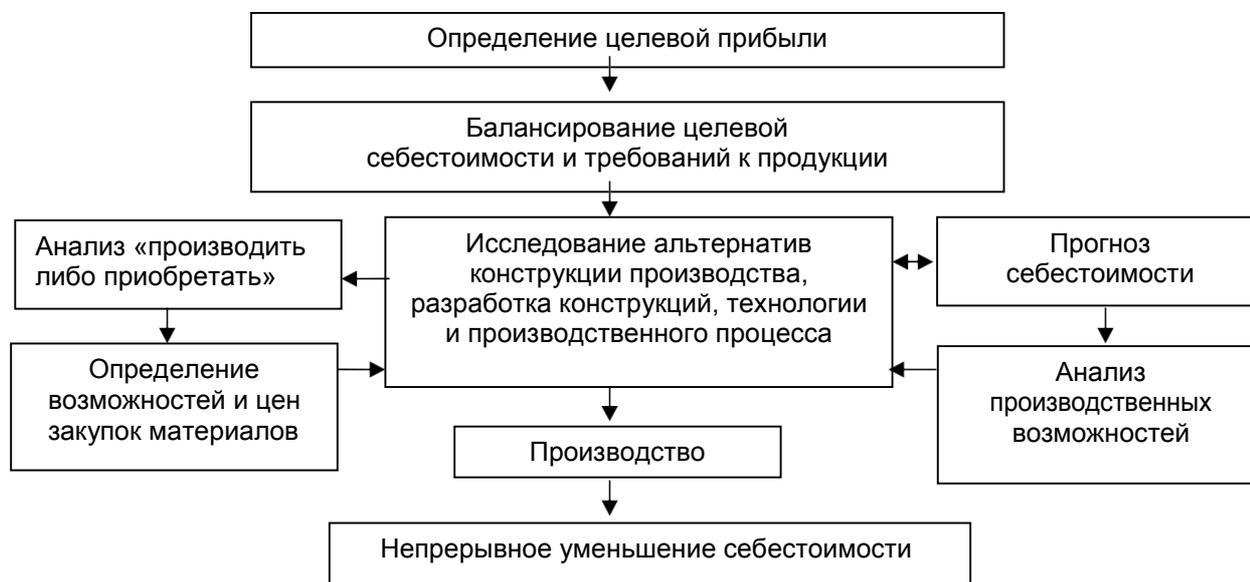


Рисунок 1 – Подход таргет-костинг к управлению себестоимостью нового вида продукции
Источник: собственная разработка.

Мы предлагаем применить такой инструмент как 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.

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

1. 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.
2. Предполагаемая цена устанавливается на основе аналогичных товаров.
3. Расчет целевой себестоимости.
4. Расчет себестоимости 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:

«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 при применении системы учета таргет-костинг:

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.

Операционный рычаг – это один из аспектов предпринимательского риска. Предпринимательский (деловой) риск состоит в том, что предприятие может не получить запланированную величину операционной прибыли (до уплаты процентов и налога на прибыль). Операционный рычаг показывает степень изменения операционной прибыли в ответ на изменение объема продаж. Для лучшего понимания этого, парадоксального на первый взгляд эффекта рассмотрим схемы.

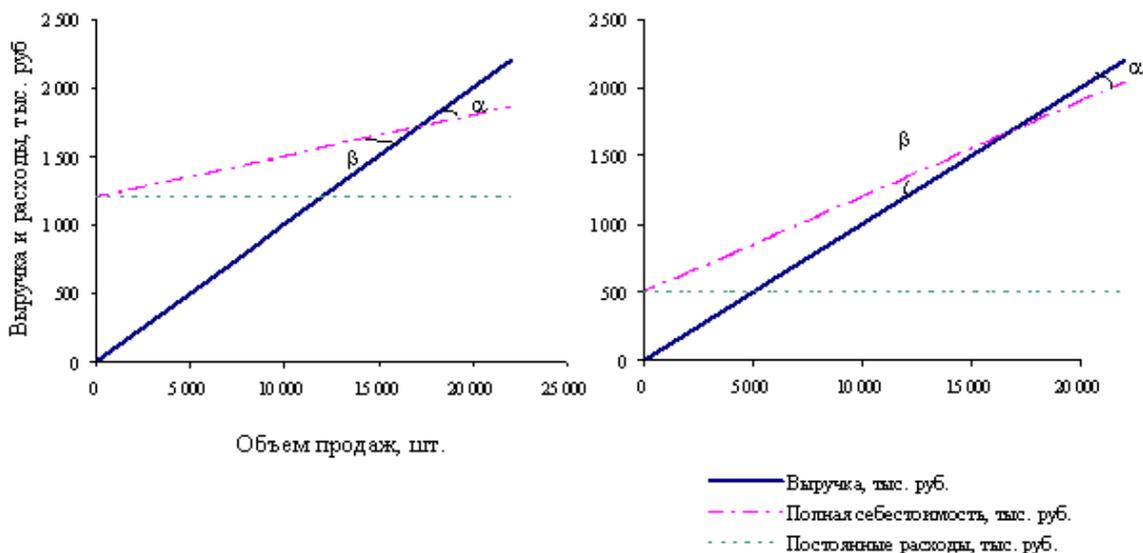


Рисунок 2 – Эффект операционного рычага

Рассмотрим ситуацию для предприятий с высокими переменными затратами. Как в этой ситуации управлять деловыми рисками? На этом рисунке отображены графики безубыточности для двух предприятий, выпускающих аналогичные изделия, реализуемые по одной и той же цене. Разница заключается в затратах на их производство: у одного предприятия более высокие переменные, но более низкие постоянные издержки, у другого – наоборот. Неудивительно, что у предприятия с более высокими переменными расходами график безубыточности сдвинут вверх. После прохождения критической точки, предприятия полностью покрывают свои постоянные издержки и начинают получать операционную прибыль. Сравнивая между собой углы, под которыми пересекаются линии полной себестоимости и выручки (α), можно заметить, что для предприятия с высокими переменными расходами этот угол не сильно острый. То есть, 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.

Однако, точно такое же соотношение существует и между углами (β), характеризующими скорость расширения области убытков при падении объема продаж ниже критической точки. То есть, с такой же силой операционный рычаг будет ускорять и увеличение убытков, которое будет значительно интенсивнее у предприятия (в нашем случае) с более высокими переменными расходами. Углы α и

β отражают степень интенсивности изменения операционной прибыли в ответ на изменение объема продаж. Следовательно, наиболее существенно влияние операционного рычага на прибыль предприятия происходит в окрестностях критической точки. Это заключение подтверждает график на рис. 3. На оси абсцисс этого графика показан накопленный прирост (уменьшение) продаж от критической точки (принята за 0). По оси ординат отложены соответствующие значения прироста (уменьшения) прибыли в %. Нарастение продаж как вправо, так и влево от критической точки производилось с одним и тем же темпом – 10%. Как видно из графика, максимальное изменение прибыли (как вверх, так и вниз) было получено при отклонении объема продаж от критической точки на первые 10%: рост прибыли составил почти 100%, а снижение – около 90%. Затем интенсивность реагирования прибыли резко снижалась. Таким образом, предприятия, объемы продаж которых значительно превышают критическую точку, менее восприимчивы к влиянию операционного рычага.

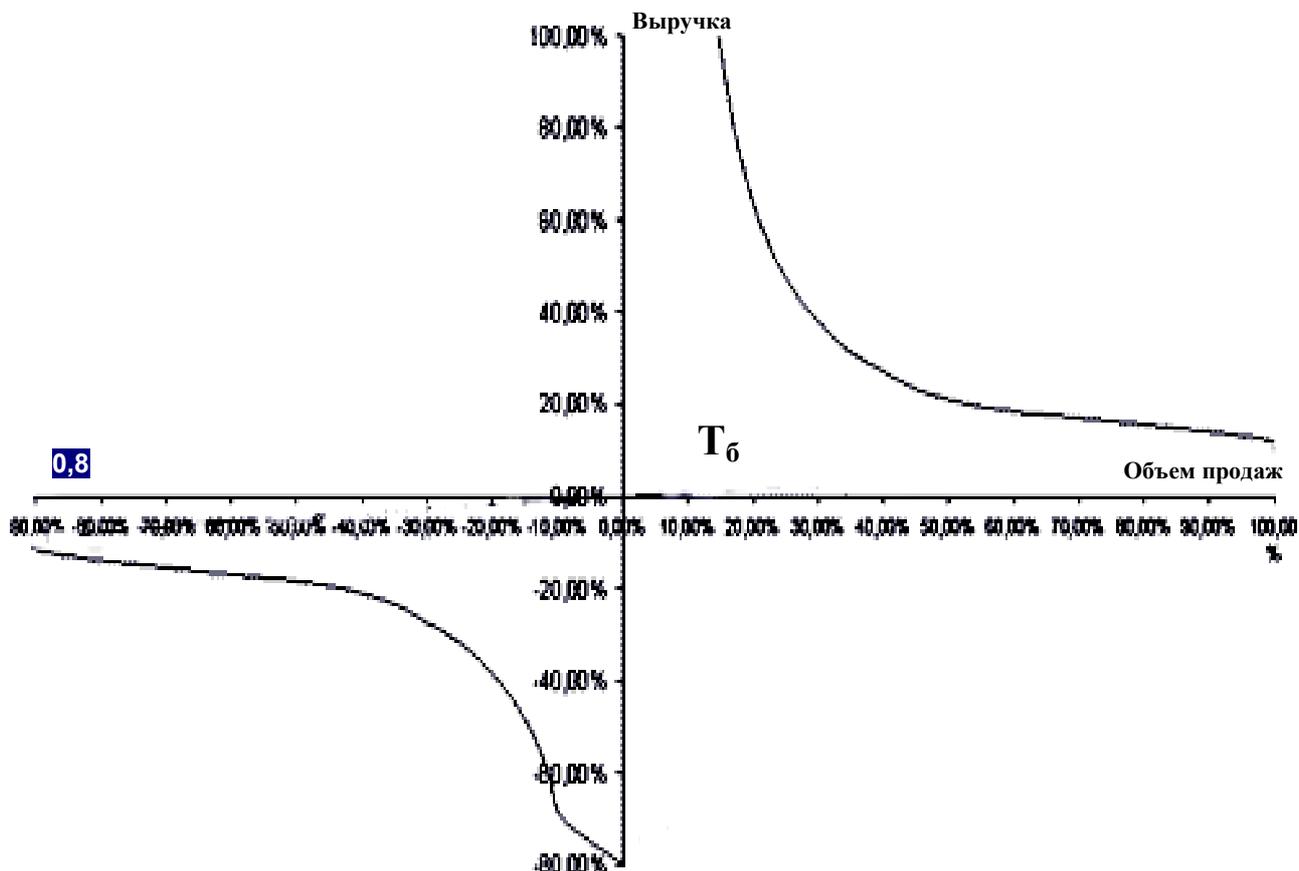


Рисунок 3 – График зависимости изменения прибыли от изменения объема продаж

Основными тремя составляющими операционного рычага являются постоянные затраты, переменные затраты и цена. Все они в той или иной степени связаны с объемом продаж. Для таргет-костинга 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 не достаточно, что бы определить его влияние на безубыточность, так как в результате изменения цены так же изменится объем реализуемой продукции. Поэтому при изменении цены нужно больше учитывать требование рынка, а не внутренние потребности предприятия.

В рамках данной работы изучена функцию управления на основе критического анализа системы управления затратами. Это позволило выявить преимущество и недостатки по отношению к современному этапу экономики. Для устранения этих недостатков нами изучена система таргет-костинга для совершенствования целевого управления себестоимостью в части снижения затрат и реализации функции планирования.

Список цитированных источников

1. Пузыня, Т.А. Таргет-костинг и кайзен-костинг – инновационные концепции отечественного бухгалтерского учета // Современные научные исследования и инновации. – Июль, 2012. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://web.snauka.ru/issues/2012/07/15988>
2. Смирнова, Н. Таргет-костинг позволяет управлять себестоимостью // Консультант. – 2006. – №7.