

тельное время не реализуются, а с другой стороны, имеется широкое поле их потенциального применения, поскольку технологии почти всех отраслей экономики устарели физически и морально.

**Список цитированных источников**

1. Республика Беларусь в цифрах: Статистический ежегодник / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 2011.
2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>
3. Обухова, И.И. Финансово-экономическое обоснование венчурного бизнеса / И.И. Обухова, Д.Д. Харитоник: сборник научных работ БрГТУ. – 2012.
4. Обухова, И.И. Развитие финансового рынка в инновационной экономике / И.И. Обухова, Л.В. Федосенко // Вісник Хмельницького національн. універс. – 2012. – № 4: Економічні науки. – Т. 1. – С. 157–165.

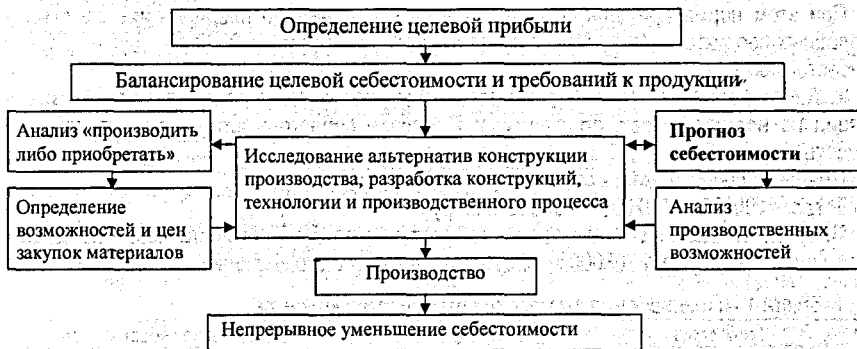
УДК 629

*Шаш А.А.*

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

**УПРАВЛЕНИЕ СЕБЕСТОИМЬЮ НА СТАДИИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ПРОДУКЦИИ**

При производстве 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. 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 [1]. 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.



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

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.

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:

Требования	Приоритет (вес)
Легкость по массе	0,2
Компактность	0,1
Вместительность	0,4
Стильный дизайн	0,3
Итого	1,0

2. Предполагаемая цена устанавливается на основе аналогичных товаров и составит 4000.000 тыс. руб.

3. Расчет целевой себестоимости производится по следующей формуле: рыночная цена – (рыночная цена \* 20%/100%).

При этом норма прибыли устанавливается в среднем по предприятиям на основе подобных продуктов – 20%.  $4000000 - (4000000 * 20\% / 100) = 3992000$  тыс. руб. – целевая себестоимость.

4. Далее рассчитываем себестоимость нового продукта на основе плановой калькуляции по нормам затрат, по формуле: Плановая себестоимость – целевая себестоимость.

Плановая себестоимость составит 4100000 тыс. руб.

Тогда:  $4100000 - 3992000 = 108000$  тыс. руб.

Полученная разница показывает, что фактическая себестоимость новой продукции превышает целевую на 108000 тыс. руб. Далее сводим это значение к минимуму.

Таблица 1 – Планируемая стоимость потребностей клиентов

Требования	Приоритет (вес)	Целевая себестоимость
Легкость по массе	0,2	21600
Компактность	0,1	10800
Вместительность	0,4	43200
Стильный дизайн	0,3	32400
Итого	1,0	108000

5. Определение целевой себестоимости изделия на основе функционального подхода. Для этого целевую себестоимость умножим на значение приоритета:  $108000 \cdot 0,4 = 43200$  тыс. руб. Таким образом, предприятию придется потратить 43200 тыс. руб. на шкаф-купе, чтобы удовлетворить потребность клиентов по вместительности.

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, устанавливая, 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:

- 1) сырье и материалы;
- 2) возвратные отходы (вычитаются);
- 3) покупные изделия, полуфабрикаты и услуги производственного характера сторонних организаций;
- 4) топливо и энергия на технологические цели;
- 5) заработная плата производственных рабочих;
- 6) отчисления на социальные нужды;
- 7) расходы на подготовку и освоение производства;
- 8) общепроизводственные расходы;
- 9) потери от брака;
- 10) прочие производственные расходы;
- 11) итого производственная себестоимость.
- 12) 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.

Таблица 2 – Структура затрат на производство продукции по видам экономической деятельности за 2010-2012 гг. [2]

Показатели	Года			Темп роста (%)	
	2010	2011	2012	2011	2012
Индекс промпрод., %	110,8	108,6	79,8	98,01	72,02
Прибыль реал. прод, млрд руб.	356	419	301	117,7	84,55
Рентабельность реал. прод., %	10,3	9,5	7,0	92,23	67,96
Материальные затраты, %	66	66,2	64,2	100,3	97,27
Оплата труда	18,4	18,3	19,6	99,45	106,52
Отчисления в ФСЗН	6,6	6,5	6,7	98,48	101,51
Амортизационные отчисления	4,1	4,1	3,0	100	73,17

**Вывод:** Из таблицы видно, что прибыль от реализации продукции уменьшается более быстрыми темпами, чем продажи продукции. Уровень затрат остается примерно на одном уровне. При этом в структуре затрат переменные затраты занимают наибольший удельный вес.

#### **Список цитированных источников**

1. Пузыня, Т.А. Таргет-костинг и кайдзен-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. Статистический ежегодник РБ = Statistical yearbook of the Republic of Belarus: стат. сб. / М-во статистики и анализа РБ; редкол.: В.И. Зиновский (пред.) [и др.]. – Мн.: Минстат РБ, 2012. – 715 с.

УДК 629

*Шаш А.А.*

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

### **ПРИМЕНЕНИЕ ОПЕРАЦИОННОГО РЫЧАГА В ПЛАНИРОВАНИИ ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВО ПРОДУКЦИИ**

На сегодняшний день руководство предприятия должно иметь точную и свежую информацию о затратах, которая позволит принять обоснованные решения на любом уровне планирования. 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 первоочередной 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.

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. Сила его воздействия является мерой предпринимательского риска, связанного с предприятием. Чем она выше, тем выше порог рентабельности, производственный риск предприятия и тем больший риск несут акционеры. Операционный рычаг количественно характеризуется соотношением между постоянными и переменными расходами в общей их сумме и вариабельностью показателя "Прибыль до вычета процентов и налогов". Именно этот показатель прибыли позволяет выделить и оценить влияние изменчивости операционного рычага на финансовые результаты деятельности фирмы.

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) [1]. Операционный рычаг показывает степень изменения операционной прибыли в ответ на изменение объема продаж. Для лучшего понимания этого парадоксального на первый взгляд эффекта рассмотрим схемы.

Рассмотрим ситуацию для предприятий с высокими переменными затратами. Как в этой ситуации управлять деловыми рисками? На рисунке 1 отображены графики безубыточности для двух предприятий, выпускающих аналогичные изделия, реализуемые