

признания нематериальных активов и условия их капитализации и оценки менее жесткие по сравнению с национальными стандартами бухгалтерского учета или МСФО.

ЛИТЕРАТУРА

1. Юрковская, Л.И. Аудит эффективности нематериальных активов / Л.И. Юрковская, А.Л. Биляченко // Вестник ЖДТУ, 2011. - № 2 (56). - С. 217-220.
2. Олендий А.Т. Методические основы проведения аудита нематериальных активов / А.Т. Олендий // Инновационная экономика, 2014. - №2. – С.291-297.

УДК 338.585

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ УПРАВЛЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ

Е.И САХАНЬКОВА, студентка
Научный руководитель – Т.А. ТЕТЕРИНЕЦ, канд. экон. наук, доцент
«Белорусский государственный аграрный технический университет»,
г. Минск, Республика Беларусь

В настоящее время в условиях рыночной экономики на первое место выходит эффективность производственно-хозяйственной деятельности любого предприятия, в связи продолжающейся интеграцией в мировое экономическое пространство показатель себестоимости продукции приобретает первостепенное значение.

В настоящее время в международной практике применяются следующие методы анализа и управления себестоимости:

1. «Стандарт-кост» (standart Costs);
2. «Директ-костинг» (direct Costs);
3. «АВС-костинг» (activity-based Costing);
4. «JIT» (just-in-time);
5. «Таргет-костинг» (target costing);
6. «Кайзен-костинг» (kaizen costing);
7. «Кост-киллинг» (cost-killing).

Смысл системы стандарт-кост заключается в том, что в учете учитываются будущие хозяйственные факты и операции, а не свершившиеся, возникшие отклонения обособлено отражаются. В рамках этой системы учет ведется по принципу исключений, то есть учитываются лишь отклонения от стандартов.

Главной особенностью «директ-костинга» является разделение производственных затрат на постоянные и переменные части и осуществление учета планирования и калькулирования себестоимости продукции только на основе переменных затрат. Постоянные затраты при этой системе не включаются в расчет себестоимости продукции, а как расходы данного периода списываются с полученного дохода в

течение того периода, в котором они были произведены. Такая система учета приводит к тому, что постоянные расходы в данном отчетном периоде не соотносятся с запасами готовой продукции, не фиксируются в объемах незавершенного производства.

Метод «activity based costing» (ABC) означает учет затрат по операциям (функциональный учет затрат), по которому предприятие рассматривается как набор рабочих операций.

В современных условиях деятельность отечественных производителей должна быть ориентирована на выпуск высококачественной и конкурентоспособной продукции при максимальном снижении затрат на ее производство. В связи с этим особый интерес представляет метод управления производством по системе «JIT» (just-in-time – «точно в срок»).

Суть системы сводится к отказу от производства продукции крупными партиями. Взамен этого создается непрерывно-поточное предметное производство. При этом снабжение осуществляется столь малыми партиями, что превращается в штучное.

Целевое калькулирование (таргет-костинг) – это структурный подход к определению себестоимости, по которой производство и продажа продукта с заданными функциональными возможностями и качеством обеспечат желаемый уровень прибыли по предполагаемой цене.

Метод таргет-костинг применяется в автомобильной промышленности, машиностроении, электронике, приборостроении и др. Предприятия, использующие данный метод, как правило, выпускают широкий ассортимент продукции мелкими сериями. Применение метода таргет-костинг нацелено на повышение рентабельности производимого продукта, которое достигается тем, что на каждом этапе создания продукта организация придерживается целевых норм затрат. В основном метод таргет-костинг применяется и наиболее эффективен на этапе разработки и проектирования нового продукта. Помимо этого данный метод может использоваться для снижения себестоимости уже существующего продукта и при планировании производственного процесса.

Прямым продолжением и неотъемлемой частью «Таргет-костинга» является Kaizen costing – система непрерывного оперативного контроля над уровнем затрат, небольших улучшений, приводящих в итоге к грандиозным результатам. При этом обе системы имеют одинаковую задачу: достижение целевой себестоимости.

Однако реализуется данная задача в первом случае (таргет-костинг) на этапе проектирования нового продукта, во втором (кайзен-костинг) – на этапе производства.

Разница между сметной и целевой себестоимостью должна быть максимально уменьшена на стадии проектирования изделия, для чего

проводится анализ дрейтинг-затрат (анализ влияния каждой статьи расходов на себестоимость изделия) и поиск вариантов их снижения.

Если на этапе проектирования разница между сметной и целевой себестоимостью составляет не более 5%, то принимается решение о начале производства такого продукта с расчетом на то, что это расхождение будет ликвидировано в процессе производства посредством «кайзен-костинга». Сокращение разницы между сметной и целевой себестоимостью называется кайзен-задачей, которая касается всего персонала организации: от производственных рабочих до управляющих.

Cost-killing (дословно «убийство затрат») – это метод управления затратами, основанный на их минимизации в кратчайшие сроки без ущерба для деятельности предприятия. Его применение позволяет быстро сократить затраты предприятия, возникающие как во внутренней, так и во внешней среде. Жесткость данного метода проявляется в том, что он предусматривает в том числе сокращение затрат на заработную плату и уменьшение штата персонала, однако в условиях несостоятельности данные меры вполне оправданы.

Выделяют два вида: внутренний и внешний cost-killing.

Приемы внутреннего и внешнего cost-killing

Внутренний	Внешний
<p>Выделение центров ответственности и формирование системы управления с учетом их полномочий и функций. Обоснованная классификация затрат. Выбор подходящей модели распределения постоянных затрат и калькулирования себестоимости. Создание системы мониторинга затрат и поиска резервов уменьшения издержек.</p>	<p>Принудительный пересмотр условий контрактов с существующими поставщиками. Проведение тендеров (психологический прием косткиллинга). Поиск новых партнеров. Объединение «закупочных» усилий с другой компанией и др.</p>

Предприятию, на котором необходимо снизить себестоимость продукции придется перейти на режим экономии. Этот процесс должен затронуть все сферы деятельности производства. Важно следить, чтобы снижения затрат предприятия не стало причиной ухудшения качества продукции. В таком случае экономия будет неоправданной.