

Студ. А.С. Живицкая, О.В. Сакаловская
Науч. рук. ст. преп. М.Е. Боровская
(кафедра экономики и управления на предприятиях, БГТУ)

ПРИМЕНЕНИЕ СИСТЕМЫ «ТАРГЕТ-КОСТИНГ» В УПРАВЛЕНЧЕСКОМ УЧЕТЕ

В настоящее время предприятия, независимо от их рода деятельности, придают огромное значение вопросам, связанным как с управленческим учетом, так и с методами учета затрат и калькулирования себестоимости продукции. Ценовая конкурентоспособность на данной этапе является самой главной и актуальной проблемой производителей. Самая главная задача производителей – минимизация затрат на производство и реализацию продукции, что должно привести в итоге к снижению себестоимости выпускаемой продукции.

На предприятиях чаще всего используют стандартные методы управления затратами, как «директ-костинг» и «стандарт-костинг». Однако данные методы ориентированы на оперативный уровень управления бизнесом, в то время как фундамент конкурентоспособности закладывается на стратегическом уровне [1]. В современном мире рынки не стабильны, постоянно происходит совершенствование технологий – это является главным фактором, стимулирующим управленцев на применение новых современных методов управления и учета затрат на предприятии. Раньше стандартные методы управления и учета затрат полностью оправдывали себя, но в настоящее время данные методы уже устарели и предприятиям стоило бы рассматривать современные и актуальные методы.

«Таргет-костинг» (целевое калькулирование) – это стратегическая концепция управления, «поддерживающая стратегию снижения затрат и реализующая функции планирования производства новых продуктов, превентивного контроля издержек и калькулирования целевой себестоимости в соответствии с рыночными реалиями». Применение системы «таргет-костинг» является сегодня одним из наиболее перспективных путей решения этой задачи [2]. Данный метод хорошо зарекомендовал себя на предприятиях Японии, США и начинает набирать популярность в Европе [3].

Системы учета затрат и управления себестоимостью, применяемые на предприятии, должны обеспечить достижение следующих целей:

- а) точное измерение стоимости ресурсов, использованных при выполнении организацией существенных действий;
- б) выявление, идентификацию и устранение тех затрат, которые не

вливают на изменение величины покупательной способности товара, не снижают его качества.

в) определение эффективности всех существенных технологических операций, производимых на предприятии;

г) анализ и проведение мероприятий, способствующих улучшению работы организации

«Таргет-костинг» обеспечивает достижение этих целей еще на стадии проектирования продукции [1].

Суть «таргет-костинг» заключается в том, что, прежде всего, определяется цена единицы продукции, которую планирует выпускать организация, а не себестоимость, как при традиционном подходе. При этом, цена продукции должна устанавливаться с учётом двух факторов: конкурентоспособность и прибыльность [4].

После определения цены, происходит расчёт ожидаемой прибыли и подсчёт себестоимости единицы продукции. При подсчёте себестоимости используют следующую формулу:

$$C = Ц - П,$$

где C – себестоимость единицы продукции; $Ц$ – цена единицы продукции; $П$ – прибыль с единицы продукции.

Таким образом, процесс проектирования нового продукта проходит пять этапов:

1. определение цены – на данном этапе происходит определение возможной цены реализации проектируемого продукта на выбранном рынке;

2. расчёт прибыли – на данном этапе происходит подсчёт ожидаемой прибыли от реализации продукции по запланированной цене на выбранном рынке;

3. определение себестоимости – на данном этапе происходит предварительное определение себестоимости с учётом конкурентоспособной цены продукта и достаточного уровня прибыльности;

4. проектирование – на данном этапе происходит проектирование продукта, производится подсчёт всех необходимых затрат на его изготовление и сбыт и исчисление сметной себестоимости;

5. завершающее калькулирование – на этом этапе происходит сравнение сметной и запланированной себестоимости. Если предварительная себестоимость оказывается выше запланированной, то происходит перепроектирование продукта с приведением статей затрат, величина которых оказалась выше плана, к запланированным величинам.

Для успешного внедрения метода «таргет-костинг» необходимо помнить о том, что на предприятии должно быть успешно налажено тес-

ное взаимодействие между различными структурными подразделениями и работниками, т.е. предприятие должно работать как единое целое [4].

Исходя из выше сказанного можно сделать вывод о том, что данный метод управления и учета затрат «таргет-костинг» значительно отличается от других методов тем, что он является стратегическим, а не сугубо операционным инструментом, что позволяет ему вычислять ожидаемый спрос, определить загрузку производственных мощностей, рассчитать прибыль, которую предприятие получит от внедрения товара.

ЛИТЕРАТУРА

1. Славников, Д.В. Target costing как метод целевого стратегического управления затратами / Д.В. Славников // Менеджмент в России и за рубежом. – 2005. – № 6.

2. Корпоративный менеджмент [Электронный ресурс]: Таргет-костинг К. Редченко. – www.cfin.ru/ias/target_costing.shtml (дата обращения: 01.04.2020).

3. Славников, Д.В. TARGET COSTING как метод целевого стратегического управления затратами // Менеджмент в России и за рубежом. – 2005. – № 6.

4. Новиков И. В. Target Costing как стратегическая концепция управления затратами // Молодой ученый. — 2011. — №6. Т.1. — С. 166-169. — URL <https://moluch.ru/archive/29/3311/> (дата обращения: 01.04.2020).

УДК 331.103.1

Студ. А.С. Живицкая, О.В. Сакаловская

Науч. рук. проф. Т.Н. Долинина

(кафедра экономики и управления на предприятиях, БГТУ)

СИСТЕМА ОРГАНИЗАЦИИ РАБОЧЕГО МЕСТА 5S

В Республике Беларусь наблюдается слабая динамика производительности труда. Это обусловлено тем, что в настоящее время, в организациях из-за отсутствия правильной организации рабочего места нередко имеют место потери рабочего времени, сказывающиеся на производительности труда рабочих, а также на быстрой утомляемости сотрудников из-за выполнения ими лишних движений. Для недопущения этого с целью снижения затрат и повышения производительности труда сотрудников, необходимо соблюдать определенные правила расстановки и организации рабочего места.