

льгот из перечня возможных). Должны быть скоординированы механизмы предоставления социальной помощи и льгот.

Для совершенствования системы социальной помощи необходимо введение так называемой “социальной карты” (для равного предоставления льгот гражданам с одинаковой степенью нуждаемости, контроля над суммами помощи и др.) и назначение всех видов помощи по принципу “одного окна”. При ее оказании должен быть сделан акцент на муниципализации, широком использовании нетрадиционных форм помощи (например, консультативная), что позволит минимизировать финансовые затраты государства. По опыту ФРГ можно рекомендовать закрепление механизма предоставления ссуд взамен безвозмездной помощи. По опыту России и Украины можно заключать договора при оказании социальной помощи, в которых определяются шаги по повышению уровня жизни граждан за счет их собственных усилий.

С.Г. Ерошенко, ассистент

ВГТУ (Витебск)

УПРАВЛЕНИЕ СЕБЕСТОИМОСТЬЮ ПРОДУКТА В СИСТЕМЕ “ТАРГЕТ-КОСТИНГ”

Необходимость выживать в условиях современного рынка заставляет предприятия активно искать и применять на практике новые методы управления производственными и иными процессами.

В условиях конкуренции правила игры просты: предприятие должно поставить нужный рынку продукт в требуемом объеме заданного качества по равновесной цене. И единственным рычагом, позволяющим организации самой управлять получаемой суммой прибыли, остается себестоимость.

Таким образом, влияние внешней среды вынуждает по-другому взглянуть на стандартную формулу ценообразования “издержки плюс” и привести ее к виду: $\text{Рыночная цена} - \text{Желаемая прибыль} = \text{Целевая себестоимость}$.

Именно такой подход к управлению себестоимостью и взят за основу авторами системы “таргет-костинг”, которая намного шире и эффективнее простого калькулирования. “Таргет-костинг” — прежде всего техника для управления прибылью, позволяющая фирме достигнуть ее долгосрочных планов по прибыли путем соблюдения ряда правил (этапов):

– гарантия соответствия выпускаемого продукта потребностям клиента;

- разделение продукта на блоки, учитывающие качественные характеристики;
- сопоставление издержек на обеспечение отдельных характеристик с готовностью клиентов платить за них;
- снижение цикла разработки продукта;
- минимизация издержек;
- обеспечение тесной взаимосвязи и групповой работы всех центров ответственности, занятых изобретением, планированием, разработкой, производством, реализацией, распространением и позиционированием продукта;
- организация цепи клиентов и поставщиков, чтобы, разрабатывая продукт, правильно и наиболее эффективно внедрять цепь поставок.

“Таргет-костинг” — более чем механическое изменение формулы

$$\text{“Себестоимость} + \text{Прибыль} = \text{Цена”}.$$

В концепции “таргет-костинг” маркетинг словно “накладывается” сверху на управленческий учет, т.е. функции маркетинга и проектирования реализуются совместно, а на “выходе” системы получается продукт, имеющий максимально отвечающие ожиданиям потребителей характеристики и наиболее вероятную цену реализации. При использовании системы “таргет-костинг” вся производственная деятельность предприятия координируется и контролируется в соответствии с важным стратегическим ориентиром — целевой себестоимостью.

Процесс проектирования и усовершенствования продукта, имеющий формулу: *Проектирование – Себестоимость – Перепроектирование*. В соответствии с идеологией “таргет-костинг” этот же процесс приобретает другой вид: *Себестоимость – Проектирование – Себестоимость*.

“Таргет-костинг” нельзя рассматривать как отдельный инструмент управления предприятием и внедрять в работу лишь некоторых отделов и служб. Напротив, необходимо по сути перекроить всю систему управления предприятием, обеспечить взаимосвязь отдельных служб на качественно новом уровне: на предприятиях обязательно должны быть созданы центры ответственности. При этом поскольку сама система “таргет-костинг” направлена на снижение затрат, то создание центров ответственности должно осуществляться с учетом обеспечения качества продукции, т.е. не по признаку функционального разделения (по цехам, отделам), а по признаку разделения продукта на особые блоки, качество которых возможно отследить уже на стадии производства.

Важнейшим инструментом, без использования которого крайне сложно применить “таргет-костинг” в практической деятельности предприятия, является функционально-стоимостный анализ. Сущность данного подхода — в рассмотрении объекта не в его конкретной форме, а как совокупности выполняемых функций. И оценка вариантов построения объекта осуществляется по критерию, учитывающему степень выполнения и значимость функций, а также размер затрат, связанных с их реализацией на всех этапах жизненного цикла.

Таким образом, “таргет-костинг” намного шире и эффективнее простого калькулирования. Это целостная концепция управления себестоимостью продукта.

О.В. Ефимова, аспирант

БГЭУ (Минск)

ЗНАЧЕНИЕ И ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДА БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И ОТЧЕТНОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ

Одним из наиболее сложных и противоречивых вопросов бухгалтерского учета является оценка. Американский ученый У.Э. Патон говорил: “Оценка — это дьявольская проблема”. Профессор Я.В. Соколов отмечал: “Оценка — это сердце бухгалтерского учета”.

В трансформационной экономике оценка и порядок ее отражения в бухгалтерской отчетности приобретают особую актуальность. Так, неправильно или недостоверно произведенная оценка основных средств может повлечь за собой: неточное исчисление амортизации, а, следовательно, себестоимости продукции (работ, услуг), прибыли и рентабельности; завышение либо занижение сумм, причитающихся к уплате налога на недвижимость и прибыль; искажение результатов анализа эффективности капитальных вложений. Кроме того, оценка является основополагающим фактором в приведении национальной системы бухгалтерского учета Республики Беларусь в соответствие с требованиями рыночной экономики и международными стандартами финансовой отчетности (далее — МСФО).

Порядок оценки объектов основных средств в стране регулируется Законом Республики Беларусь “О бухгалтерском учете и отчетности” от 25.06.2001 г. № 42-З и Положением о бухгалтерском учете основных средств от 12.12.2001 г. № 118, а в международной