

СНИЖЕНИЕ ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВО ПРОДУКЦИИ

Громько О.П.

**Могилевский государственный университет продовольствия
г. Могилев, Республика Беларусь**

Для решения проблемы снижения издержек производства и реализации продукции на предприятии должна быть разработана общая концепция (программа), которая должна ежегодно корректироваться с учетом изменившихся на предприятии обстоятельств. Содержание и сущность комплексной программы по снижению издержек производства зависят от специфики предприятия, текущего состояния и перспективы его развития. Но в общем плане в ней должны быть отражены следующие моменты: мероприятия по рациональному использованию материальных ресурсов (внедрение новой техники и безотходной технологии; совершенствование нормативной базы предприятия; использование отходов производства; улучшение качества продукции и снижение процента брака и др.); мероприятия, связанные с определением и поддержанием оптимального размера предприятия, позволяющие минимизировать затраты в зависимости от объема производства; мероприятия, связанные с улучшением использования основных фондов (сдача имущества предприятия в аренду; улучшение качества обслуживания и ремонта основных средств; обеспечение большей загрузки машин и оборудования; применение ускоренной амортизации; внедрение более прогрессивных машин и оборудования и др.); мероприятия, связанные с улучшением использования рабочей силы (определение и поддержание оптимальной численности персонала; повышение уровня квалификации; обеспечение опережающего роста производительности труда по сравнению со средней заработной платой; применение прогрессивных систем и форм оплаты труда; механизация и автоматизация всех производственных процессов; обеспечение мотивации высокопроизводительного труда и др.).

Можно выделить два основных подхода к снижению затрат, которые получили широкое распространение в международной практике: таргет-костинг (target-costing) и кайдзен (от яп. kaizen — совершенствование).

Управление затратами с использованием концепции таргет-костинга применяется в основном на стадии проектирования новой продукции и предполагает выполнение следующих шагов: определение цены новой продукции, по которой покупатели готовы ее приобрести; определение целевых значений прибыли и себестоимости; расчет фактической себестоимости; сравнение фактической себестоимости с целевой и разработка мероприятий, позволяющих снизить фактические затраты до заданного уровня.

Основное отличие управления затратами по методу «кайдзен» заключается в том, что снижение издержек происходит по уже выпускаемым видам продукции за счет повышения эффективности бизнес-процессов. Менеджмент определяет, на сколько должны быть снижены расходы на выпуск производимой продукции, и полномочия по достижении поставленных целевых значений затрат передаются непосредственно производственным подразделениям. Именно такую задачу приходится решать большинству финансовых директоров, которые осуществляют управление затратами в организации.