

тиімдірек етеді. Мысалы, жасанды интеллект алгоритмдерін қолдану арқылы компаниялар болашақ табыстарын болжай алады және осыған сәйкес жоспарлар құрады.

Жасанды интеллект пен үлкен деректерді пайдалану компанияларға қаржы ресурстарын тиімді басқаруға көмектеседі. Бұл технологиялар бизнеске нақты уақыт режимінде шешім қабылдау мүмкіндігін береді, әрі қаржы нарығындағы өзгерістерге жедел жауап қайтаруды қамтамасыз етеді. Мұндай инновациялар компанияларға өз капиталдарын тиімді пайдалануға мүмкіндік береді.

Меншікті капиталды басқару – кез келген ұйымның қаржылық тұрақтылығы мен ұзақ мерзімді дамуын қамтамасыз етудің маңызды құралы. Бұл процесс кәсіпорынның тиімділігі мен бәсекеге қабілеттілігін арттыруға бағытталған және тұрақты өсу үшін капитал құрылымын оңтайландыруды талап етеді. Меншікті капиталдың жеткілікті деңгейін сақтап қана қоймай, оны тиімді пайдалану кәсіпорынның қаржылық тәуекелдерін төмендетуге, табыстылығын арттыруға және сыртқы қаржылық көздерге тәуелділікті азайтуға мүмкіндік береді.

Қазіргі нарықтық ортада ұйымдар бәсекеге қабілетті болу үшін стратегиялық көзқараспен капиталды тиімді пайдалануды үйренулері қажет. Бұл үшін капитал құрылымын талдау, шығындарды оңтайландыру, қаржылық көрсеткіштерді бақылау және нарықтағы өзгерістерге бейімделу маңызды. Меншікті капиталды тиімді басқару арқылы компания өзінің стратегиялық мақсаттарына жетіп, қаржылық тұрақтылығын нығайтады және инвесторлар үшін тартымды бола алады.

Әдебиеттер тізімі

[1] Құлпыбаев С., Ынтықбаева С.Ж., Мельников В.Д. Қаржы: Оқулық. Алматы: Экономика, 2011 – 540 б.

[2] Э.Э. Михель, Р.А. Әмірханов, Г.А. Жолмырзаева, Ж.С. Мұхаметжанова. Корпоративтік қаржы: Оқулық. Алматы, 2012 – 316 б.

[3] Нұрғазин Қ. Қаржы менеджменті. Алматы, 2018.

[4] Курманбаева С.Т., Рамазанова К.Б. «Концепция методологии анализа эффективности использования собственного капитала предприятия». Вестник Al-Farabi Bukhara University, 2024, №61.

[5] Тұрғұлова А.К. Қаржылық менеджменттің Қазақстан экономикасындағы дамуы: теориясы, практикасы және императивтері. Алматы, 2020.

[6] https://ttc.kz/reports/2022/ru/financial_statements

МРНТИ 06.81.12

В.А. Рыбина¹, Г.А. Шакирова²

Карагандинский исследовательский университет имени Е.А. Букетова^{1,2},

Республика Казахстан, г. Караганда, valleeryy@gmail.com¹,

Республика Казахстан, г. Караганда, gulia72.kargu@mail.ru²

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К УЧЕТУ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ЗАТРАТ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ УПРАВЛЕНЧЕСКОМ УЧЕТЕ

В условиях современной экономики, характеризующейся высокой конкуренцией и динамическими изменениями, стратегический управленческий учет играет ключевую роль в успешном функционировании предприятий. Одним из важных элементов этого процесса является учет производственных затрат, который предоставляет руководителям и аналитикам информацию, необходимую для принятия долгосрочных решений. Введение инновационных подходов к учету затрат позволяет оптимизировать ресурсы предприятия, улучшить эффективность и повысить конкурентоспособность.

Целью данного исследования является анализ и обоснование применения современных подходов к учету производственных затрат в стратегическом управленческом учете. Особое внимание уделяется влиянию этих методов на процесс принятия управленческих решений и долгосрочное планирование на предприятиях.

Для подробного анализа рассмотрим применение различных методик стратегического управленческого учета на примере компании "Электроника Плюс", планирующей выпустить на рынок новый продукт.

Компания "Электроника Плюс" специализируется на производстве бытовой электроники. Она планирует выпустить новый продукт — умные часы "SmartTime". Для принятия решения о запуске

продукта необходимо провести анализ с использованием различных методов стратегического управленческого учета.

Основные данные по проекту:

- Цена продажи: 200 у.е. за единицу
- Планируемый объем продаж: 50 000 единиц в год
- Прямые материальные затраты на единицу: 80 у.е.
- Прямые трудовые затраты на единицу: 30 у.е.
- Косвенные производственные затраты: 1 000 000 у.е. в год
- Период жизненного цикла продукта: 5 лет
- Стоимость разработки продукта: 500 000 у.е.
- Расходы на маркетинг и продажи: 300 000 у.е. в год
- Стоимость утилизации продукта в конце жизненного цикла: 100 000 у.е.

1. Сбалансированная система показателей (Balanced Scorecard, BSC)

Сбалансированная система показателей позволяет оценить эффективность стратегии компании с четырех перспектив: финансовой, клиентской, внутренних бизнес-процессов и обучения и развития.[1]

Финансовая перспектива

Цель: Увеличение прибыли от продаж нового продукта.

- Показатель: Чистая прибыль от продаж "SmartTime".

1. Общая выручка:

Общая выручка = Цена продажи × Объем продаж.

(1)

Общая выручка = 200 × 50 000 = 10 000 000 у.е

2. Общие затраты:

Общие затраты=(Прямые материальные затраты+Прямые трудовые затраты)×Объем продаж+Косвенные затраты+Расходы на маркетинг

Общие затраты = (80у.е. +30у.е.) · 50000 ед. +1000000 у.е. +300000 у.е. = 6800000 у.е.

3. Амортизация разработки:

Амортизация разработки в год = $\frac{\text{Стоимость разработки}}{\text{Период жизненного цикла}}$

(2)

Амортизация разработки в год = $\frac{500000 \text{ у.е.}}{5} = 100000 \text{ у.е.}$

4. Чистая прибыль:

Чистая прибыль=Общая выручка–Общие затраты–Амортизация разработки.

(3)

Чистая прибыль = 10000000 – 6800000 – 100000 = 3100000 у.е.

Цель 1: Увеличение доли рынка в сегменте умных часов.

Предполагаемая процентная доля рынка: 15% (на основе реальных данных о доле рынка умных часов в начальной стадии выхода нового продукта).

Увеличить расходы на маркетинг, включая рекламные кампании на цифровых платформах, телевидении, социальных сетях для повышения осведомленности о продукте. Вступить в партнерские отношения с крупными розничными сетями и онлайн-платформами для расширения канала продаж. Внедрять уникальные функции в часы, которые будут отличать их от конкурентов.

Цель 2: Оптимизация производственных процессов для снижения затрат.

Внедрить автоматизацию на производственных линиях для уменьшения доли ручного труда и повышения эффективности. Заключить долгосрочные контракты с поставщиками на выгодных условиях для снижения стоимости материалов. Оптимизировать цепочку поставок и управление запасами для сокращения издержек, связанных с хранением материалов и готовой продукции.

Цель 3: Повышение квалификации сотрудников для внедрения инноваций.

Внедрить системы контроля качества на всех этапах производства для минимизации брака. Собрать и анализировать обратную связь от пользователей. Применять высокоточные технологии сборки и тестирования для обеспечения стабильного высокого уровня качества.

Цель 4: Повышение квалификации сотрудников для внедрения инноваций

Организовать регулярные тренинги и курсы для сотрудников по новейшим технологиям и трендам в разработке электронных устройств. Внедрить программы внутри компании для стимулирования предложений по инновациям от сотрудников. Установить сотрудничество с техническими университетами и исследовательскими институтами для доступа к свежим научным знаниям и инновациям.

2. Учет по видам деятельности (Activity-Based Costing, ABC)

Цель метода — более точное распределение косвенных затрат на продукты на основе потребления ресурсов. [2]

Для применения метода ABC, была составлена таблица 1 исходных данных:

Таблица 1

Распределение затрат по видам деятельности и базам распределения

1. Идентификация видов деятельности и затрат по ним:	2. Определение базы распределения для каждого вида деятельности:	3. Расчет ставок распределения:
Производственный надзор: 400 000 у.е.	Производственный надзор: Часы работы оборудования	Часы работы оборудования в год: 10 000 часов
Обслуживание оборудования: 300 000 у.е.	Обслуживание оборудования: Количество машин	Количество машин: 50 ед.
Контроль качества: 200 000 у.е.	Контроль качества: Количество партий продукции	Количество партий продукции: 500
Административные расходы: 100 000 у.е.	Административные расходы: Количество заказов	Количество заказов: 1 000
Примечание - составлено автором на основе собственных данных для последующего анализа		

Ставки распределения:

– Производственный надзор:

$$\text{Ставка} = \frac{400000 \text{ у. е.}}{10000 \text{ часов}} = 40 \text{ у. е./час} \quad (4)$$

– Обслуживание оборудования:

$$\text{Ставка} = \frac{300000 \text{ у. е.}}{50 \text{ машин}} = 6000 \text{ у. е./машина} \quad (5)$$

– Контроль качества:

$$\text{Ставка} = \frac{200000 \text{ у. е.}}{500 \text{ партий}} = 400 \text{ у. е./партия} \quad (6)$$

– Административные расходы:

$$\text{Ставка} = \frac{100000 \text{ у. е.}}{1000 \text{ заказов}} = 100 \text{ у. е./заказ} \quad (7)$$

4. Распределение косвенных затрат на продукт "SmartTime":

Предположим, что для производства "SmartTime" необходимы:

- Часы работы оборудования: 2 000 часов

- Количество машин: 20

- Количество партий продукции: 200

- Количество заказов: 500

Косвенные затраты:

- Производственный надзор:

$$40 \text{ у. е./час} \times 2000 \text{ часов} = 80000 \text{ у. е.} \quad (8)$$

- Обслуживание оборудования:

$$6000 \text{ у. е./машина} \times 20 \text{ машин} = 120000 \text{ у. е.} \quad (9)$$

- Контроль качества:

$$400 \text{ у. е./партия} \times 200 \text{ партий} = 80000 \text{ у. е.} \quad (10)$$

- Административные расходы:

$$100 \text{ у. е./заказ} \times 500 \text{ заказов} = 50000 \text{ у. е.} \quad (11)$$

Итого косвенные затраты: 330 000 у.е.

5. Расчет полной себестоимости продукта:

- Прямые затраты на единицу:

$$\text{Прямые материальные затраты} + \text{Прямые трудовые затраты} = 80 \text{ у.е.} + 30 \text{ у.е.} = 110 \text{ у.е.} \quad (12)$$

- Косвенные затраты на единицу:

$$\frac{330000 \text{ у.е.}}{50000 \text{ единиц}} = 6.60 \text{ у.е.} \quad (13)$$

- Полная себестоимость единицы:

$$110 \text{ у.е.} + 6.60 \text{ у.е.} = 116.60 \text{ у.е.} \quad (14)$$

6. Расчет прибыли:

- Прибыль на единицу:

$$200 \text{ у.е.} - 116.60 \text{ у.е.} = 83.40 \text{ у.е.} \quad (15)$$

- Общая прибыль:

$$83.40 \text{ у.е.} \times 50000 = 4170000 \text{ у.е.} \quad (16)$$

Выводы:

Метод ABC позволил точно распределить косвенные затраты по основным видам деятельности, что дало полную картину себестоимости. Полная себестоимость продукта составила 116,60 у.е. на единицу, что важно для ценообразования. Применение метода ABC показало высокую прибыльность продукта, составляющую 83,40 у.е. на единицу и общую прибыль 4 170 000 у.е.

3. *Таргет-костинг (Target Costing)*

Цель метода — определить допустимую себестоимость продукта, исходя из целевой цены и желаемой прибыли. [3]

Шаги:

1. Определение целевой цены продажи:

$$\text{Цена продажи} = 200 \text{ у.е.}$$

2. Установление целевой прибыли:

Предположим, что компания желает получать 25% прибыли от цены продажи.

$$\text{Целевая прибыль} = 200 \text{ у.е.} \times 25\% = 50 \text{ у.е.} \quad (17)$$

3. Расчет целевой себестоимости:

$$\text{Целевая себестоимость} = \text{Цена продажи} - \text{Целевая прибыль} \quad (18)$$

$$\text{Целевая себестоимость} = 200 - 50 = 150 \text{ у.е.}$$

4. Сравнение с текущей себестоимостью:

$$\text{Текущая себестоимость: Прямые затраты} + \text{Косвенные затраты на единицу} \quad (19)$$

$$110 \text{ у.е.} + 20 \text{ у.е.} = 130 \text{ у.е.} \text{ (предполагая равномерное распределение косвенных затрат)}$$

Вывод: Текущая себестоимость (130 у.е.) ниже целевой (150 у.е.), что позволяет компании достичь желаемой прибыли в 25%.

4. *Кайзен-костинг (Kaizen Costing)*

Метод направлен на постепенное снижение себестоимости продукта за счет постоянных улучшений. [3]

Предположим, цель — снижение себестоимости на 5% ежегодно.

2. Расчет планируемой себестоимости на 5 лет:

$$\text{- Год 1: } 130.00 \text{ у.е.}$$

$$\text{- Год 2: } 130.00 \text{ у.е.} \times 95\% = 123.50 \text{ у.е.}$$

$$\text{- Год 3: } 123.50 \text{ у.е.} \times 95\% = 117.33 \text{ у.е.}$$

$$\text{- Год 4: } 117.33 \text{ у.е.} \times 95\% = 111.46 \text{ у.е.}$$

$$\text{- Год 5: } 111.46 \text{ у.е.} \times 95\% = 105.89 \text{ у.е.}$$

3. Мероприятия по снижению затрат:

- Оптимизация производственных процессов.

- Сотрудничество с поставщиками для снижения стоимости материалов.

- Внедрение новых технологий и обучение персонала.

4. Оценка общей экономии:

- Общая себестоимость без снижения:

$$130 \text{ у.е.} \times 5 = 650 \text{ у.е.} \quad (20)$$

- Общая себестоимость со снижением:

$$130 \text{ у.е.} + 123.50 \text{ у.е.} + 117.33 \text{ у.е.} + 111.46 \text{ у.е.} + 105.89 \text{ у.е.} = 588.18 \text{ у.е.} \quad (21)$$

- Экономия на единицу за 5 лет:

$$650 \text{ у.е.} - 588.18 \text{ у.е.} = 61.82 \text{ у.е.} \quad (22)$$

- Общая экономия при объеме 50 000 единиц в год:

$$61.82 \text{ у.е.} \times 50000 = 3091000 \text{ у.е.} \quad (23)$$

Вывод: Метод Kaizen позволяет компании сократить затраты на 61,82 у.е. на единицу за 5 лет, что ведет к значительной общей экономии в 3 091 000 у.е.

5. Учет полной стоимости жизненного цикла (Life-Cycle Costing)

Учет всех затрат, связанных с продуктом, на протяжении всего жизненного цикла.[4]

Расчет:

1. Общие затраты за 5 лет:

- Разработка: 500 000 у.е.

- Производство(таблица 2):

Таблица 2

Анализ себестоимости единицы продукции и общих затрат за 5 лет

Год	Себестоимость единицы	Объем продаж	Общие затраты
1	130.00 у.е.	50 000	6 500 000 у.е.
2	123.50 у.е.	50 000	6 175 000 у.е.
3	117.33 у.е.	50 000	5 866 500 у.е.
4	111.46 у.е.	50 000	5 573 000 у.е.
5	105.89 у.е.	50 000	5 294 500 у.е.

Примечание - составлено автором на основе собственных данных для последующего анализа

Итого производственные затраты: 29 409 000 у.е.

- Маркетинг и продажи: 300 000 у.е. $\times 5 = 1 500 000$ у.е. (24)

- Утилизация: 100 000 у.е.

Общие затраты: 500 000 у.е. + 29 409 000 у.е. + 1 500 000 у.е. + 100 000 у.е. = 31 509 000 у.е. (25)

2. Общая выручка за 5 лет:

$200 \text{ у.е.} \times 50000 \times 5 = 50 000 000$ у.е. (26)

3. Общая прибыль за жизненный цикл:

$50 000 000 \text{ у.е.} - 31 509 000 \text{ у.е.} = 18 491 000$ у.е. (27)

Вывод: Метод позволяет учесть все затраты за полный жизненный цикл продукта и показывает, что компания получила прибыль в размере 18 491 000 у.е.

По итогам исследования была составлена таблица 2 для сравнения методов стратегического управленческого учёта.

Таблица 3

Сравнительный анализ современных методов управления затратами

Метод	Страны применения	Современные технологии	Преимущества	Недостатки
ABC	США, Великобритания, Япония	ERP-системы, ПО для управленческого учета, аналитика данных	Точное распределение косвенных затрат	Сложность в сборе и анализе данных
Таргет-костинг	Япония, Южная Корея, Германия	CAD/CAM, совместные платформы, моделирование затрат	Ориентация на рыночные условия	Возможны трудности в достижении целевой себестоимости
Кайзен-костинг	Япония, Китай, Тайвань	MES-системы, IoT, аналитика данных	Постоянное улучшение процессов	Требуется вовлечение всех сотрудников и культуры улучшений
Учет жизненного цикла	Германия, Швеция, Нидерланды	PLM-системы, экологическая аналитика, облачные платформы	Полное представление о затратах за весь период	Сложность в прогнозировании долгосрочных показателей

Примечание - составлено автором на основе собственных данных для последующего анализа

Заклучение

Применение различных методов стратегического управленческого учета позволило компании «Электроника Плюс» провести всесторонний анализ проекта «SmartTime». Каждый метод предоставил уникальную перспективу, помогая выявить сильные и слабые стороны, а также определить возможности для оптимизации затрат и повышения эффективности.

Основные проблемы, выявленные в исследовании:

Текущая себестоимость продукта, рассчитанная с использованием метода Activity-Based Costing (ABC), показала, что косвенные затраты на производство умных часов "SmartTime" достаточно высоки. Это снижает общую прибыльность продукта.

Анализ цепочки ценности выявил, что на некоторых этапах, таких как закупки и производственный процесс, есть потенциал для оптимизации. Например, можно снизить стоимость материалов и повысить эффективность работы оборудования.

Хотя текущая себестоимость ниже целевой цены, расчет методом Target Costing показал, что для повышения конкурентоспособности в будущем потребуются дальнейшее снижение затрат. Это особенно важно в условиях конкуренции на рынке умных часов.

Рекомендации, которые можно дать исходя из исследования, это:

1. Оптимизация производственных процессов и снижение косвенных затрат;
2. Переговоры с поставщиками и пересмотр цепочки поставок;
3. Постоянное улучшение процессов на основе метода Кайзен;
4. Снижение себестоимости для повышения конкурентоспособности;
5. Оценка долгосрочных рисков и стратегическое планирование;
6. Повышение рыночных позиций через маркетинговые стратегии;
7. Диверсификация и разработка новых продуктов.

Компания «Электроника Плюс» обладает значительным потенциалом для повышения своей эффективности и конкурентоспособности на рынке умных часов. Основные проблемы, выявленные в ходе анализа, связаны с высокими косвенными затратами, недостаточной оптимизацией цепочки поставок и необходимостью дальнейшего снижения себестоимости. Решение этих проблем возможно через внедрение передовых технологий, таких как автоматизация производства, системы мониторинга на основе IoT и цифровые платформы для управления закупками. Постоянное улучшение процессов и активное использование данных также обеспечат компании гибкость и конкурентное преимущество на динамичном рынке.

Список литературы

1. "Система сбалансированных показателей: определение, этапы внедрения и инструменты управления" // <https://www.insales.ru/blogs/university/systema-sbalansirovanykh-pokazatelei> // Дата публикации: 25.07.2023
 2. "Activity-Based Costing: Method and Advantages" // <https://www.investopedia.com/terms/a/abc.asp> // Дата публикации: 2023
 3. "Таргет-костинг и кайзен-костинг – инновационные концепции управления затратами" // <https://web.snauka.ru/issues/2012/07/15988> // Дата публикации: 2022
- "Сравнительный анализ современных методов калькулирования себестоимости продукции" // <https://www.pp-mag.ru/jour/article/view/1970>

ГТАХА 10.23.47

А.М. Сарсенбаева

Е. А. Бөкетов атындағы Қарағанды зерттеу университеті,
Қазақстан Республикасы, Қарағанды қ., aiymsar.04@gmail.com

БАНКРОТТЫЛЫҚ ҰҚТИМАЛДЫҒЫН ҚАРЖЫЛЫҚ ЖАҒДАЙДЫ БАҒАЛАУ АРҚЫЛЫ БОЛЖАУ

Әлемдік тәжірибеде банкроттықтың жалпы ұғымы кәсіпорынның төлем қабілетсіздігінің ұзақ жағдайын, өз міндеттемелері бойынша есеп айырысу мүмкіндігінің жоқтығын білдіреді. "Оңалту және банкроттық туралы" Қазақстан Республикасының Заңы 1-тараудың 6-бабында банкроттық ұғымын "борышкердің сот шешімімен танылған, оны таратуға негіз болып табылатын дәрменсіздігі" деп