

International Science Group
ISG-KONF.COM

**MODERN APPROACHES TO THE
INTRODUCTION OF SCIENCE
INTO PRACTICE**

30
MARCH
31 **X** **SCIENTIFIC AND
PRACTICAL
CONFERENCE**
SAN FRANCISCO, USA



ISBN 978-1-64871-895-3

MODERN APPROACHES TO THE INTRODUCTION OF SCIENCE INTO PRACTICE

Abstracts of X International Scientific and Practical Conference

San Francisco, USA
30-31 March 2020

Library of Congress Cataloging-in-Publication Data

UDC 01.1

The X th International scientific and practical conference « MODERN APPROACHES TO THE INTRODUCTION OF SCIENCE INTO PRACTICE » (March 30-31, 2020). San Francisco, USA 2020. 535 p.

ISBN 978-1-64871-895-3

Published by bookwire.com

Text Copyright © 2020 by the International Science Group(isg-konf.com).

Illustrations © 2020 by the International Science Group.

Cover design: International Science Group(isg-konf.com). ©

Cover art: International Science Group(isg-konf.com). ©

All rights reserved. Printed in the United States of America. No part of this publication may be reproduced, distributed, or transmitted, in any form or by any means, or stored in a data base or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

The content and reliability of the articles are the responsibility of the authors. When using and borrowing materials reference to the publication is required.

Collection of scientific articles published is the scientific and practical publication, which contains scientific articles of students, graduate students, Candidates and Doctors of Sciences, research workers and practitioners from Europe, Ukraine, Russia and from neighbouring countries and beyond. The articles contain the study, reflecting the processes and changes in the structure of modern science. The collection of scientific articles is for students, postgraduate students, doctoral candidates, teachers, researchers, practitioners and people interested in the trends of modern science development.

The recommended citation for this publication is:

Barantsova I., Kotlyarova V., Tkach M., The intercultural dialogue as the basis of personality development // Modern approaches to the introduction of science into practice. Abstracts of X International Scientific and Practical Conference. San Francisco, USA 2020. Pp.43-46.

URL: <http://isg-konf.com> .

ЯПОНСЬКИЙ АКЦЕНТ ОПТИМІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ВИТРАТ

Бруханський Руслан Феоктистович

д.е.н., професор
завідувач кафедри обліку та економіко-правового
забезпечення агропромислового бізнесу
Тернопільський національний економічний університет

Світовий досвід управління витратами та практика застосування облікових інструментів оптимізації структури витрат, доводячи спектр переваг і недоліків безлічі методів, рейтинують і позиціонують найбільш успішні з них.

В умовах динамічної економіки XXI століття, загострення міжнародної конкуренції, глобалізації бізнесу, мінливості стратегічних векторів розвитку одними з найбільш ефективних інструментів обліку й оптимізації виробничих витрат є генеровані японськими економістами: target costing, kaizen costing, JT.

Концепція «target costing» вперше апробована світовими лідерами бізнесу «General Electric» (США) і «Volkswagen» (Німеччина) у 50-х роках XX століття. Однак, глобальне визнання таргет-костинг здобув лише після його впровадження корпорацією «Toyota» (Японія) у 1965 році.

Таргет-костинг (англ. «target costing» – цільовий облік витрат) є успішним методом обліку витрат виробництва та управління собівартістю продукції, ідея якого передбачає мінімізацію виробничих витрат, застосування превентивного контролю та калькулювання цільової вартості продукту адекватно ринковій ситуації. Таргет-костинг базується на простій гіпотезі – якщо для успішного бізнесу продукцію необхідно реалізовувати за ціною, нижчою середньоринкової, то визначення собівартості потенційного продукту доцільно починати власне із визначення ціни збуту. Таким чином, традиційна послідовність ціноутворення ігнорується, все відбувається навпаки – спочатку встановлюється ринкова ціна, потім визначається бажана норма прибутку, врешті розраховується максимально допустимий (прийнятний) обсяг собівартості: ціна – прибуток = собівартість. У результаті цільова собівартість визначається зворотнім шляхом, тобто замість традиційної (прогресивної) калькуляції використовується так звана «зворотна» (ретроградна) калькуляція. При цьому доцільно враховувати, що з точки зору традиційного бухгалтерського обліку такий підхід порушує економічну сутність класичного елементу методу бухгалтерського обліку – «калькуляція».

Згідно концепції таргет-костингу: 1) ринкова ціна трактується як «цільова ціна» (target price); 2) очікувана (бажана) норма прибутку визнається «цільовим прибутком» (target profit); 3) собівартість продукту, розрахована за залишковим принципом, носить назву «цільова собівартість» (target cost).

Основними перевагами таргет-костингу, як свідчить світова практика його застосування, є адекватність вимогам стратегічного управління бізнесом та врахування зовнішніх факторів впливу на параметри виробничої діяльності.

Практика діяльності сучасних японських компаній свідчить, що у тандемі з таргет-костингом переважно застосовується інноваційна концепція кайзен-костингу, ідейне зародження в практичне втілення якої відбулось у 80-х роках ХХ століття у Японії. Японські економісти трактують дефініцію «kaizen» як «поступове удосконалення», «покращення малими кроками». Основною метою «kaizen» є оптимізація діяльності підприємства та його окремих підрозділів за допомогою внутрішніх резервів без залучення зовнішніх інвестицій. Термін «кайзен-костинг» з позицій обліку та менеджменту передбачає забезпечення необхідного рівня собівартості продукції і пошук можливостей зниження витрат до певного «цільового рівня».

Кайзен-костинг є прогресивним методом управлінського обліку витрат, оскільки в японських корпораціях система нормативного обліку (standard costing) обмежується цілями фінансового обліку, відповідно не підходить для координації обсягу витрат виробництва. До того ж кайзен-костинг передбачає ширшу сферу застосування, ніж традиційний облік витрат, спрямований на формування нормативних показників витрат і аналіз відхилень. Метою кайзен-костингу є скорочення виробничих витрат, трансформація методів виробництва, імплементація сучасних наукових розробок, інновацій, ноу-хау.

Кайзен-костинг, успішно реалізований корпорацією «Toyota» (Японія), є сучасним ефективним інструментом зниження виробничих витрат бізнесу, який забезпечує досягнення так званої «цільової собівартості» та гарантує високу рентабельність виробництва. Основними акцентами забезпечення ефективності кайзен-костингу є: 1) концентрація на клієнтах; 2) динамічність і прогресивність змін; 3) критичне сприйняття проблем і загроз; 4) діяльність у функціональних командах; 5) управління проектами шляхом формування мультифахових команд.

Обидві моделі обліку «таргет-костинг» і «кайзен-костинг» налаштовані на скорочення (оптимізацію) витрат, але на різних стадіях створення продукції: таргет-костинг – на етапі проектування та розробки; кайзен-костинг – у процесі безпосереднього виробництва.

Паралельно з вище описаними методиками обліку витрат і оптимізації виробничих процесів провідними корпораціями Японії застосовується концепція «точно в строк» (Just-In-Time (JIT)), метою якої є постійна та цілеспрямована динаміка забезпечення рентабельності бізнесу шляхом уникнення (мінімізації) відходів і втрат. При цьому систему JIT не можна вважати повноцінним методом калькулювання собівартості продукції, це лише певна філософія ведення бізнесу, спрямована на посилення ефективності існуючої на підприємстві системи обліку витрат. Вперше система JIT (Just-In-Time) впроваджена корпорацією «Toyota» (Японія) у 70-х роках ХХ століття.

До типових переваг JIT доцільно віднести: 1) гнучке реагування на зміни попиту; 2) підтримання конкурентоспроможності компанії; 3) оптимізація циклу виробництва; 4) вивільнення частини ресурсів.

У 80-х роках ХХ століття концепцію Just-In-Time почали застосовувати компанії США та Європи, піонерами стали Hewlett-Packard та її дочірні компанії Fort Collins, Vancouver, Greeley, Computer Systems, а також Omark

Systems і Dell. Логічним продовженням успішного застосування Just-In-Time у світовому вимірі став досвід американської компанії Omark Systems (Blount International, Inc), яка експериментуючи з концепцією Just-In-Time, створила власну її модифікацію під назвою ZIPS (Zero Inventory Production System).