

projects. For a number of them, Government of the Republic of Belarus acts as a borrower or guarantor. The key partner banks are the Export-Import Bank of China, the China Development Bank.

The largest project in the trade and economic cooperation between Belarus and China is the construction of the Chinese-Belarusian industrial Great Stone park. By the end of 2024, more than 100 companies with founders from 18 countries and declared investments volume of about 1.3 billion US dollars were registered as residents of the Great Stone Park. A promising export-oriented and import-substituting investment project is the creation of a high-tech agro-industrial production for deep grain processing (CJSC "BNBC"), the purpose of which is to establish the largest and unique agro-industrial complex not only in the Republic of Belarus but also in the CIS and Europe.

List of references

1. Scientific and technological cooperation [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://belaruschina.by/en/belarus_china/relations/present/humanitarian/-1600.html. – Дата доступа: 07.04.2025.

УДК 338.5

МЕТОДЫ АНАЛИЗА СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ

Иванова Н. Е., студ., Жучкевич О. Н., ст. преп.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Себестоимость продукции является не только важнейшим экономическим показателем, но и обязательной частью всех методик оценки эффективности деятельности организации. В отечественной практике наиболее распространен анализ на основе калькулирования и сметы затрат. В то же время более актуальным является использование следующих методов анализа себестоимости: директ-костинг; стандарт-костинг; расчет целевой себестоимости; учет затрат жизненного цикла продукта; учет затрат по видам деятельности (метод ABC).

Метод директ-костинга (Direct Costing) имеет достаточно широкое применение. Основная цель – расчет маржинального дохода, при оценке которого не учитываются постоянные затраты.

Стандарт-костинг (Standard Costing) – это система управления затратами путем использования стандартов по отдельным видам затрат. Анализ при этом осуществляется на основе оценки отклонений между фактическими и стандартными затратами.

Метод Target Costing предполагает обоснование целевой себестоимости продукции. При этом цена реализации определяется с учетом рыночных факторов, а себестоимость анализируется по отдельным составляющим с целью обеспечения приемлемого уровня затрат. Основная цель анализа – обеспечить упреждающее планирование затрат и обосновывать методы их снижения. При анализе текущих затрат выявляется возможность применения производственных, инженерных, научных исследований и других разработок для обеспечения целевой себестоимости. Акцент делается на контроле над затратами

посредством тщательного проектирования продукта и планирования производства.

Target Costing тесно связан с анализом затрат по стадиям жизненного цикла продукта. Необходимость такого анализа объясняется взаимозависимостью затрат, возникающих в разное время и в связи с выполнением разных видов работ. Так, увеличение затрат на проектирование позволяет снизить затраты на изготовление продукта, рост затрат на подготовку и переподготовку кадров ведет к снижению затрат на обслуживание и т.д.

Расчет затрат на основе анализа бизнес-процессов (Activity Based Costing) – это исчисление себестоимости по видам хозяйственной деятельности на основе распределения накладных и косвенных затрат. Система учета затрат ABC основана на видах деятельности, которые представляют собой любые события, единицы работы или задачи, выполняемые с определенной целью. Целью ABC-калькуляции является оптимизация бизнес-деятельности для снижения затрат. Она направлена на выявление самых высоких драйверов затрат. Анализ текущих затрат при этом осуществляется на уровне отдельных единиц, партий, продуктов, клиентов.

Таким образом, в зависимости от специфики продукции, особенностей деятельности организации и целей управления актуальны разнообразные подходы к анализу величины и динамики себестоимости, а также к оценке факторов и резервов ее снижения.

Список использованных источников

1. Standard Costing. – URL : <https://www.accountingcoach.com/standard-costing/explanation>. – Дата доступа: 12.04.2025.
2. Target Costing. – URL : <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/accounting/target-costing/>. – Дата доступа: 12.04.2025.
3. Hooijer, Erik. Activity Based Costing (ABC) : a detailed definition and explanation. – URL : <https://www.costperform.com/activity-based-costing-abc-a-detailed-definition-and-explanation/>. – Дата доступа: 12.04.2025.

УДК 339.372

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОМО-АКЦИИ «ПОДАРОК ЗА ПОКУПКУ» В МАГАЗИНЕ «СОСЕДИ» ОАО «НАВАКОЛЛЕ»

Герасимова О. О., ст. преп., Дятловская А. С., студ.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Особым видом рекламной стратегии, активно используемой предприятиями является промо-акция, с помощью которой есть возможность познакомить целевую аудиторию с товарами или услугами. В отличие от классической рекламы, это делается не через привычные средства информации (телевизор, радио, печатные издания и т. д.), а при личном присутствии потребителей – на дегустации, раздаче образцов и пр.

С целью увеличения товарооборота магазина «Соседи» ОАО «Наваколле» в рамках новогодних праздников мы предлагаем провести рекламную акцию на такой товар как семга подкопченная филе-кусок 1/300 г. В рамках промо-акции «Подарок за покупку» предлагается за покупку 2 штук семги подкопченной 1/300 г. дарить покупателю 1 упаковку