

Возрастная группа	Рекомендуемое содержание	Адекватные методы и формы работы	Применение авторских разработок
Подростковый возраст (12–17 лет)	Практическое применение знаний: самостоятельные покупки, сравнение товаров. Основы финансовых институтов: вклады, инвестиции.	Практико-ориентированные методы: планирование крупной покупки, ведение личного бюджета. Проектная деятельность.	Учебник "Экономическая грамотность" служит структурной основой для углубленного изучения. Задания из Экономического сборника усложняются и носят характер кейсов и проектов (например, рассчитать бюджет для небольшого мероприятия), что развивает критическое мышление и навыки анализа.

Разработанный нами комплекс материалов представляет собой целостную образовательную экосистему. "Экономическая азбука" выполняет функцию вводного, мотивационного модуля, знакомя ребенка с ключевыми терминами. Учебник "Экономическая грамотность" обеспечивает системное изложение материала, формируя целостное представление об экономических процессах. Экономический сборник, содержащий игры, головоломки и практические задания, является связующим звеном, которое трансформирует полученные теоретические знания в практические умения. Такой трехуровневый подход позволяет последовательно и всесторонне развивать финансовую компетентность, обеспечивая прочное усвоение материала через единство теории и практики [2].

Инструментарий для внедрения элементов финансовой грамотности, включая наши авторские разработки, отличается значительным разнообразием и позволяет интегрировать обучение в привычные для ребенка форматы. Использование связки "учебник + рабочая тетрадь (сборник)" является классическим и проверенным дидактическим инструментом, эффективность которого доказана в педагогической практике. Начиная с игр, ребёнок не только развлекается, но и закладывает фундамент для финансовой независимости ребенка. Такие навыки — ключ к успеху в мире, где экономика меняется быстрее, чем уровень в игре. Экономика меняется стремительно: цифровые валюты, онлайн-банкинг и инфляция становятся частью жизни. Дети, которые рано учатся управлять деньгами, вырастают финансово независимыми. Игры учат их не бояться ошибок, экспериментировать и задавать вопросы. Это первый шаг к уверенности в мире, где деньги — не просто монеты, а сложная система.

**Заключение.** Проект «Экономическая грамотность для детей» демонстрирует эффективность целостного подхода к формированию финансовой компетентности. Разработанный учебно-методический комплекс обеспечивает системное освоение экономических понятий через единство теории и практики. Ключевым результатом является развитие навыков критического мышления и ответственного финансового поведения. Использование возрастно-ориентированных методик способствует устойчивому усвоению материала. Перспективы проекта связаны с адаптацией материалов для различных образовательных сред. Раннее формирование экономической грамотности выступает важным фактором успешной социализации и подготовки к взрослой жизни.

#### Список цитируемых источников

1. Основы финансовой грамотности ребёнка — URL: <https://xn--80adrabb4aegksdjbafo0u.xn--p1ai/press-center/stati-i-ramyatki/osnovy-finansovoy-gramotnosti-rebyenka/> (дата доступа 19.09.2025)
2. Единый портал финансовой грамотности [Сайт]. — URL: <https://www.fingramota.by/ru/guide/budget/childre-and-money?cookies=true> (дата доступа 19.09.2025)
3. Игры и игровые занятия по финансовой грамотности [Сайт]. — URL: <https://vbudushee.ru/library/igry-i-igrovye-zanyatiya-po-finansovoy-gramotnosti/> (дата доступа 19.09.2025)

УДК 657

**П. А. Качан**

*Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи, Республика Беларусь*

*Научный руководитель И. А. Хитрова*

## **ВЛИЯНИЕ МЕТОДОВ ИСЧИСЛЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ НА ЦЕНОВУЮ ПОЛИТИКУ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Введение.** Методы исчисления себестоимости — это ключевые инструменты управленческого учета, которые предназначены для определения общих затрат. Они играют ключевую роль в управлении бизнесом, потому что напрямую влияют на образование цены, оценку рентабельности, а также влияют на принятие стратегических решений.

**Основная часть.** Исчисление (калькулирование) себестоимости – это процесс определения всех затрат, связанных с производством и реализацией единой продукции, работы или услуги. За счет калькуляции себестоимости можно получить денежное выражение издержек на изготовление продукта. Это является важным инструментом для ценообразования, контроля расходов, а также оценки прибыльности продукта или услуги.

К основным методам калькулирования себестоимости относят: позаказный, попроцессный, попередельный, метод полного поглощения затрат, методы переменных, нормативных и фактических затрат.

Позаказный метод — это расчет себестоимости, при котором затраты учитываются по отдельным заказам. Он применяется в индивидуальном производстве (например, мебель на заказ, рекламные агентства, судостроение). Метод обеспечивает точную себестоимость каждого уникального продукта, исключая недооценку или переоценку сложных проектов. Это позволяет устанавливать цены, покрывающие все затраты и обеспечивающие желаемую прибыль, а также корректировать их в зависимости от сложности, требований клиента и сроков. Предприятия, использующие позаказный метод, выделяются на рынке тем, что клиенты получают товар, полностью соответствующий их требованиям. Это привлекает покупателей, нуждающихся в нестандартных решениях и индивидуальном подходе [1].

Попроцессный метод — это расчет себестоимости, при котором затраты учитываются по производственным процессам или стадиям. Он применяется в массовом производстве однородной продукции, получаемой через последовательные технологические циклы (например, напитки, нефтепереработка, электроника). В отличие от позаказного, здесь продукция оценивается одинаково. Метод позволяет точно определить среднюю себестоимость единицы на каждом этапе и в целом, что упрощает ценообразование и позволяет устанавливать конкурентоспособные цены, а также предлагать скидки для крупных закупок. Предприятие, использующее попроцессный метод, стремится к минимальной себестоимости, привлекая клиентов низкими ценами. Детальный учет затрат выявляет неэффективность и потери. Метод обеспечивает однородность и стабильное качество продукции, легко масштабируется, быстро реагируя на рост спроса. Это дает значительное конкурентное преимущество на рынке [1].

Попередельный метод калькулирования применяется в производствах, где сырье проходит несколько стадий (переделов) или из одного сырья, получают разные продукты. Метод используется в металлургии, химии, текстильной и некоторых видах пищевой промышленности. Он имеет два варианта: Полуфабрикатный (себестоимость рассчитывается по каждому переделу с учетом затрат предыдущих стадий) и бесполуфабрикатный (учитываются только затраты текущего передела). Детальный учет себестоимости на всех этапах производства позволяет принимать стратегические решения: продавать полуфабрикаты, гибко ценообразовать и оптимизировать переработку. Он выявляет потери, снижает затраты, способствует ценовому лидерству, а также помогает в распределении инвестиций и решениях "произвести или купить". В целом, попередельный метод повышает управляемость затратами и общую конкурентоспособность предприятия [1].

Метод полного поглощения затрат – включение в себестоимость продукции всех издержек предприятия независимо от их деления на постоянные и переменные, прямые и косвенные. В основе лежит концепция исчисления полной себестоимости, которая складывается из прямых материальных и прямых трудовых затрат, а также косвенных расходов. Зависимость себестоимости от объема усложняет ценообразование (особенно при падении спроса) и может привести к неконкурентным ценам. Метод искусственно завышает текущую прибыль за счет постоянных затрат, включенных в запасы. Это стимулирует перепроизводство, что ведет к избыточным запасам, росту затрат на хранение и устареванию, снижая конкурентоспособность [2].

Метод переменных затрат — это метод, при котором для определения себестоимости продукции принимается во внимание только переменные производственные затраты. Данный метод позволяет определить ту цену на продукцию, которая не будет покрывать переменные затраты, а это важно для принятия решений об акциях или спецзаказах. Так же стимулирует более гибкое ценообразование и решения насчет цены принимаются с учетом маржинальной прибыли, это, в свою очередь, облегчает оценку прибыльности различных продуктов. Особенно в конкуренции является то, что предприятие может быстро реагировать на ценовое предложение конкурентов, то есть предлагать более низкие цены для сохранения рынка. Также предприятие принимает заказы, цены которых покрывают переменные затраты, что помогает ему выжить во время низкого спроса [3].

Метод нормативных затрат — метод, который основан на использовании нормального расхода ресурсов различных видов при изготовлении продукции. Этот метод позволяет быстро оценить прибыльность новых продуктов, сравнивая их с нормативными затратами, а это способствует быстрому принятию решений. Также метод помогает выявить области, в которых нужно устранить отклонения, что служит открытию новых возможностей для более конкурентного ценообразования. Устранение отклонений ведет к снижению фактических издержек и повышает способность конкурирования по ценовому фактору. Постоянное улучшение процессов и методов производства также влияет на конкурентов таким образом, что повышаются нормативные показатели, а значит предприятие становится более эффективным [4].

Метод фактических затрат — метод, который направлен на выявление и отражение в конечном счете фактической себестоимости продукции путем непосредственного учета затрат. В этом методе себестоимость продукта известной становится, только после его производства, что влияет на ценообразование, базирующееся на основе уже понесенных затрат. Может быть такое, что цены напрямую связаны с фактическими затратами, это же приводит к нестабильности цен для клиентов. Так как предприятие ориентировано на уже понесенные затраты, то оно может понести значительные затраты, которые могут быть выше, чем у конкурентов.

А также сложно принимать обоснованные решения о будущих заказах, так как нет четкого представления о целевой себестоимости и прибыльности [4].

**Заключение.** Таким образом, для непосредственного влияния на конкурентоспособность и ценовую политику через разбор структуры затрат и прибыльности, именно метод переменных затрат является наиболее мощным инструментом. Так как он четко разделяет затраты на переменные и постоянные, что позволяет рассчитать маржинальную политику на единицу продукции или же на весь объем продаж. А также позволяет быстро оценивать выгодность спецзаказов, скидок или акций.

Но абсолютно каждый метод является уникальным и выбирается предприятием в зависимости от его специфики и целей. Часто предприятия используют сразу несколько методов, что позволяет получить наиболее полную информацию для принятия обоснованных решений.

#### Список цитируемых источников

1. Калькуляция // Audit-IT.ru: Весь учёт в одной системе. – [Б. м.], [2000–2024]. – URL: <https://www.audit-it.ru/terms/accounting/kalkulyatsiya.html> (дата обращения: 14.09.2025).
2. Учет затрат методом директ-костинг: как применять и зачем нужен // PlanFact. – 2023. – 19 сентября. – URL: <https://planfact.io/blog/posts/uchet-zatrat-metodom-direkt-kosti> (дата обращения: 14.09.2025).
3. Абсорбшен-костинг // Audit-it.ru. – 2003. – 27 марта. – URL: <https://www.audit-it.ru/articles/finance/a106/43976.html> (дата обращения: 14.09.2025).
4. Латыпова, О. В. Учет отклонений в стоимости приобретения и производства материально-производственных запасов // Экономика и жизнь. Бухгалтерское приложение. – 2022. – № 6. – URL: [https://www.profiz.ru/se/62022/otklonenijav\\_stoimosti](https://www.profiz.ru/se/62022/otklonenijav_stoimosti) (дата обращения: 14.09.2025).

УДК 339.13

Н. А. Ковальчик

*Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи, Республика Беларусь*

*Научный руководитель Д. В. Низовец*

### ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БЕНЧМАРКИНГА В СТАРТАПАХ ДЛЯ УСКОРЕНИЯ РОСТА И РАЗВИТИЯ

**Введение.** Как только организации осознают свое отставание от образцовых предприятий, они начинают проявлять особый интерес к поиску передового опыта, который способен помочь ликвидировать причины такого отставания. Бенчмаркинг подразумевает исследование и внедрение лучшего из опыта конкурентов и предприятий других сфер деятельности, способствуя повышению уровня конкурентоспособности фирмы и увеличению прибыли.

**Основная часть.** В современных экономических условиях компаниям недостаточно просто производить товары или оказывать услуги, необходимо делать это лучше, чем другие, с меньшими издержками, используя при этом последние достижения науки и техники, как в организации производства, так и в процессе продаж. Каждая фирма, стремящаяся преуспеть, должна выработать свою собственную стратегию, используя инновационные методы управления как основу достижения конкурентного преимущества. Однако, единожды достигнув приоритетных позиций, компания не должна останавливаться на этом уровне, улучшения должны стать неотъемлемой частью работы. Одним из основных методов, позволяющих постоянно развиваться и быть впереди своих конкурентов, является бенчмаркинг. Его актуальность обусловлена:

- глобализацией мировой экономики;
- усилением соперничества;
- повышением скорости вывода продукта на рынок;
- появлением привилегий в виде интеллектуальных ресурсов и знаний [5].

Анализ на основе эталонных показателей, с целью улучшения собственной работы, включает в себя два процесса: оценивание и сопоставление. Если на первом этапе работа нацелена главным образом на получение информации, то второй связан с реализацией изменений и поэтому является не менее важным.

Обучение на примере других компаний считается подлинным в случае, если оно приводит к повышению эффективности. Следует отметить, что именно второй этап обычно лежит в основе решения о проведении сравнительных оценок. Хотя в теории процесс сбора информации и приравнивания предшествует управлению изменениями, в действительности компания, начавшая проведение, уже решила измениться и развивать корпоративную культуру совершенствования [3].

Другим значительным аспектом является его постепенное превращение в непрерывный процесс. Хотя и проводится он в форме индивидуальных проектов, которые следуют друг за другом, обеспечивая обучение и личностный рост. Это явление только ускорило с появлением социальных медиа, которые значительно снизили затраты и время на проведение каждого цикла [3]. Обычно за образец принимают «лучшую» продукцию и маркетинговый процесс, используемые прямыми конкурентами и фирмами, работающими в дру-