

Лисенко Г.А., ст., гр. ФКфеС-13-1
Науковий керівник:
к.е.н., доцент Герасимова І.Ю.
(Державний ВНЗ «Національний гірничий
університет», м. Дніпропетровськ, Україна)

МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

На сучасному етапі розвитку економіки підприємства витрати є важливим аспектом його економічної стійкості, конкурентоспроможності та ефективності виробництва. Підтримка оптимального рівня витрат є основною умовою його виживання й розвитку. Управління витратами – найважливіший інструмент досягнення підприємством високого економічного результату.

В управлінні витратами використовують різноманітні методи управління, а саме: директ-костинг (direct-costing), стандарт-кост (standard-cost), таргет-костинг (target-costing), абсорпшен-костинг (absorption-costing), кайзен-костинг (kaizen-costing), CVP-аналіз, бенчмаркінг витрат, LCC-аналіз тощо. Кожен із методів має свої цілі для управління витратами, особливу сферу застосування, специфічні задачі, що ставляться в конкретному випадку та інструменти для виконання даних задач [1].

Так, метод директ-костинг (direct-costing) - це метод калькуляції собівартості продукції, при якому всі витрати розділяються на постійні і змінні, і лише змінні витрати відносяться на собівартість продукції. Постійна частина загальновиробничих витрат відноситься до витрат періоду разом з витратами на збут і адміністрування.

Метод стандарт-кост (standard-cost) – система оперативного управління і контролю за ходом виробничого процесу і витратами на виробництво, а також система аналізу причин, через яких утворилася різниця між стандартною і фактичною собівартістю продукції і виручкою від її реалізації. Принципи цієї системи є універсальними, і тому їх застосування доцільне при будь-якому методі обліку витрат на виробництво і калькуляції собівартості продукції.

Метод таргет-костинг (target-costing) - застосовується на етапі проектування нового виробу або модернізації продукції, яка досягла за етапами життєвого циклу стадії старіння. В основі ідеї таргет-костингу лежить поняття цільової собівартості і така формула її розрахунку: Собівартість = Ціна – Прибуток. Так собівартість розглядається не як заздалегідь розрахований по нормативам показник, а як величина, до якої повинна прагнути підприємство, щоб запропонувати ринку конкурентний продукт.

Метод абсорпшен-костинг (absorption-costing) - полягає в калькуляції собівартості продукції з розподілом всіх виробничих витрат між реалізованою продукцією і залишками продукції на складі. Передбачається, що в розрахунку собівартості беруть участь прямі матеріальні витрати, пряма праця, загальновиробничі витрати, а до витрат періоду відносяться загальногосподарські витрати.

Метод кайзен-костинг (kaizen-costing) - застосовується для досягнення цільової собівартості, полягає в постійному вдосконаленні якості процесів на всьому підприємстві за участі всіх його працівників, що дає можливість зменшити непродуктивні витрати. Перевагою цього метода є те, що він забезпечує постійне зменшення витрат і утримання їх на заданому рівні, а основним недоліком є необхідність мотивації працівників і корпоративної культури, що підтримує залучення персоналу в діяльність підприємства [2].

Отже, сучасні методи управління витратами характеризуються різноманітністю, наявністю декількох методик використання окремого методу як у межах підприємства, так і галузі. Система управління витратами відіграє ключову роль як в обґрунтуванні управлінських рішень під впливом зовнішнього економічного середовища, так і в налагодженні ефективного внутрішньогосподарського управління та створенні ефективного механізму планування, контролю і аналізу витрат.

Список літератури:

1. Попов О. Управління витратами / О. Попов // Економічна енциклопедія: У 3-х томах. Т.3. – К. : Видавничий центр „Академія”, 2002. – 952 с.
2. Савчук В. Direct Costing или полная себестоимость?/ В. Савчук, И. Троян //Финансовый директор.-2004.-№6. – С. 4-9.