

МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ*НТУ «Дніпровська політехніка»***Чорна О.І.****Науковий керівник: Штефан Н.М.**

Основним засобом побудови ефективного менеджменту підприємства вважають систему управління витратами. Постійний пошук шляхів оптимізації обсягу витрат сприяє виникненню багатьох методів управління витратами. Загалом виділяють такі основні методи: «таргет-костинг», «кайзен-костинг», «метод ABC», «бенчмаркінг витрат», «CVP-аналіз», «кост-кілінг» «LCC-аналіз» та «метод VСС».

Метод «таргет-костингу» використовують на стадії проектування нового виробу або модернізації продукції, який досяг за етапами життєвого циклу стадії старіння [1]. На українських підприємствах основна перешкода впровадження цього методу — це відсутність продуктивної та досконалої системи управлінського обліку, інформаційного забезпечення для прийняття управлінських рішень. До переваг цього методу можна віднести намагання наблизитися до цільової собівартості, у зв'язку з чим, часто знаходять нові, нестандартні рішення в ситуаціях, що потребують інноваційного мислення.

Метод – «кайзен-костинг» був започаткований у Японії, зараз все більше поширюється на підприємствах США та Європи. Він має на меті зменшення витрат, а саме можливість знизити рівень непродуктивних витрат. Найчастіше застосовується в галузях економіки з довготривалим життєвим циклом продукції [2].

«Метод ABC» ґрунтується на поділі витрат за критеріями важливості для створення продукції таким способом: група А — найважливіші витрати (не менше 50 %); група В — суттєві витрати (не менше 25 %); група С — інші витрати (не більше 25 % всіх витрат). Запровадження систем управління витратами на основі даного методу дозволяє забезпечувати формування раціональної структури витрат з врахуванням корисності їх здійснення на кожній стадії виробництва; оптимізувати собівартість продукції за рахунок поліпшення процесу виробництва; обґрунтовано встановлювати нормативи обсягів та рівнів витрат, виконання яких структурними підрозділами контролюється службою фінансового контролінгу; досягти збільшення ринкової вартості підприємства в довгостроковій перспективі та максимізації прибутковості у короткостроковому періоді.

«Бенчмаркінг витрат» базується на пошуку підприємств-лідерів, з метою порівняння із власним та переймання його найкращих методів роботи. Його особливість, а в деяких випадках і недолік, полягає в зборі повної інформації про діяльність різних суб'єктів ринкового середовища. Зібрана інформація дає право отримати більш широке уявлення про характер підприємницької діяльності лідерів конкурентного середовища і причинах та чинниках їхнього успіху, які мають бути узагальнені та використані в процесі побудови моделі ефективного підприємництва.

За допомогою «CVP-аналізу» можна швидко оцінити обсяг продажу продукції. Він базується на порівнянні трьох величин – витрат підприємства, доходу від реалізації продукції й отриманого прибутку, що має забезпечити беззбитковість діяльності або запланований фінансовий результат. Перевагами даного методу є те, що підприємство може залежно від запланованого прибутку визначити обсяг реалізації. Щодо недоліків «CVP-аналізу», загалом виділяють такі: поділ витрат підприємства на змінні, які лінійно залежать від обсягу продукції, і постійні, які від нього не залежать, що на практиці зробити складно; будь-яка зміна наявних у моделі чинників (змінних і постійних витрат, обсягу реалізації й ціни) може суттєво змінити кінцевий результат [3].

Наступний метод – «кост-кілінг». Метою цього методу є максимальне зменшення витрат без шкоди для діяльності підприємства та перспектив розвитку. Він передбачає зниження витрат, що обмежено залежать від підприємств. Мінімізація цін у рамках «кост-кілінгу» можлива через участь підприємства в тендерах, пошук нових постачальників або поліпшення структури наявних. Перевагою «кост-кілінгу» є те, що він дає змогу швидко зменшити витрати підприємства, а недоліками — жорсткість, бо він передбачає зниження витрат на заробітну плату і скорочення персоналу; використання його час від часу або лише по окремих підрозділах підприємства не дасть очікуваних результатів.

Сутність методу «LCC-аналізу» полягає у розрахунку витрат за етапами життєвого циклу продукції та використовується при стратегічному управлінні. Україні даний метод доречно застосовувати на підприємствах, де виробляють нестандартний асортимент продукції [4]. Перевагами «LCC-аналізу» є забезпечення точного прогнозу витрат і співвідношення отриманого доходу та витрат щодо виробництва виробу в цілому; забезпечення стратегічного бачення структури витрат і зіставлення її зі структурою доходів. У свою чергу недоліками даного методу є невизначеність в обліку накладних витрат (якщо їх не враховувати, страждає комплексність використовуваної інформації; якщо враховувати, то використовувана інформація має ймовірний характер); може потребувати витрат на отримання великої додаткової інформації.

Останній метод – «метод VCC». Він розглядає ланцюжок споживчої вартості, аналізує витрати, що знаходяться не у сфері безпосереднього впливу підприємства. Використовується в стратегічному управлінні витратами. Особливою рисою «методу VCC» є дотримання двох умов: високого рівня кваліфікації управлінського персоналу та працівників обліково-аналітичних служб на підприємстві, де застосовується такий метод.

У сучасному світі ефективність підприємств залежить ще й від вибору правильної організації системи планування та управління витратами. Потрібно застосовувати єдину систему управління витратами, покращувати методи та форми управління ними, спроектувати гнучку, адаптивну до змін структуру управління для забезпечення керівників підприємства своєчасною та достовірною інформацією.

Оптимізація та зменшення витрат на виробництві дозволяє підприємству регулювати ціни, встановлювати їх нижчими за конкурентів. Розробляючи

систему управління витратами, в першу чергу, підприємство встановлює взаємозв'язок між системою управління витратами та системою бюджетного управління, в подальшому визначає напрями зниження витрат в перспективі, і на останньому етапі розробляє план заходів щодо зниження витрат [5].

Зі збільшенням конкуренції на ринках, з підвищенням рівня інфляції в Україні знижується прибутковість підприємств. Підвищення ефективності управління витратами підприємств – актуальна задача сьогодення.

Основними проблемами управління витратами на сучасних підприємствах є:

- забезпечення достовірності та актуальності планування витрат;
- своєчасність отримання інформації щодо дійсних витрат та оперативність реагування керівництва;
- адекватність вибору показників ефективності та їх аналітичного розрізу;
- забезпечення взаємозв'язку між системою бюджетування та управлінського обліку [5].

З досвіду закордонних компаній можна зробити висновок про те, що управління витратами є ефективним лише разом з одночасним впровадженням системи бюджетування. Застосування підприємством цієї системи має бути першочерговою задачею системи управління витратами. Розробка бюджету підприємства – це і є управління витратами через покращення планових показників, нормативів витрат та лімітів, що дозволяють їх знижувати. Такі дії підприємств сприятимуть підвищенню економічної ефективності їх господарської діяльності.

Перелік посилань

1. Грицай О.І. Застосування методів управління витратами в інноваційній діяльності підприємства. – Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – 2011.
2. Дороженко Л.І. Сучасні методи обліку витрат у контексті зарубіжного досвіду. Держава та регіони. – 2014.
3. Савчук В.П. Практична енциклопедія. Фінансовий менеджмент – 2009.
4. Рогатюк О.В. Методи управління витратами на вітчизняних підприємствах
5. Балан А.А. Система управління витратами на промисловому підприємстві. – 2014.