

Дев'ятьярова К.Ю.

Удосконалення системи управління витратами на підприємстві

Вибрана тема є надзвичайно актуальною для будь-якого підприємства, незалежно від розмірів, масштабів діяльності та форми власності, оскільки саме від ефективності системи управління витратами залежать фінансові результати, та результати діяльності підприємства в цілому. Саме тому на сьогоднішній день у сучасних економічних умовах цьому питанню повинна приділятися значна доля уваги та здійснюватися ряд розробок та заходів з підвищення ефективності управління витратами.

Метою дослідження є обґрунтування системи управління витратами на підприємстві та виявлення заходів з підвищення рівня її ефективності. Предмет дослідження – заходи з удосконалення управління витратами на підприємстві. Об'єктом дослідження є процес управління витратами на підприємстві.

Витрати підприємства — зменшення економічних вигод в результаті вибуття грошових коштів або іншого майна.

Всі витрати підприємства можна класифікувати за багатьма ознаками: за відношенням до виробничого процесу (основні та накладні), за єдністю складу (одноелементні та комплексні), за способом віднесення на собівартість окремих видів виробництва (прямі та непрямі), за доцільністю (продуктивні та непродуктивні), за календарним періодом (поточні, довгострокові та одноразові), за видами діяльності (від звичайної та надзвичайної діяльності), за об'єктом формування (сукупні та на одиницю продукції), за місцем виникнення (цехові, інших структурних підрозділів), за економічними елементами (матеріальні, відрахування на соціальні заходи, на оплату праці, амортизація, інші операційні), за методикою обчислення (середні на одиницю продукції та граничні на одиницю продукції), за статтями витрат (прямі матеріальні, прямі на оплату праці, інші прямі загальновиробничі), за статтями калькуляції, за обґрунтуванням господарських рішень (явні, неявні, релевантні, не релевантні), за видами продукції (на виріб, на типового представника виробів, на групи однорідних виробів, на валову продукцію, на товарну продукцію, на реалізовану продукцію, на визначенням відношення до собівартості, на продукцію, витрати періоду), за ступенем урегульованості (повністю регульовані, слабо регульовані), за характером виробництва (основного виробництва, допоміжного виробництва, обслуговуючого виробництва), за часом віднесення до собівартості продукції звітного періоду, майбутнього звітного періоду, майбутніх періодів), за видами операційної діяльності (собівартість реалізованої продукції, адміністративні, збутові, інші операційні), за видами класифікації витрат (економічні елементи, статті витрат, калькуляційні статті).

Управління витратами - це здатність економити ресурси підприємства і максимізувати віддачу від них. Ця функція є надзвичайно важливою складовою економічного механізму підприємства.

Всяке підприємство являє собою певне поєднання різноманітних ресурсів, що має за мету виробництво продукції, товарів, робіт, послуг. Підприємство у своїй діяльності орієнтується на досягнення високого або постійно зростаючого прибутку. Отримання наміченого результату залежить від наступних складових: витрат на виробництво і реалізацію продукції (робіт, товарів, послуг), планової ціни за одиницю продукції і обсягу реалізації. Очевидно, що необхідно здійснювати регулярний аналіз перелічених складових та визначати залежність між ними, здійснювати пошук шляхів досягнення максимального прибутку за допомоги вибору найвигіднішого поєднання змінних та постійних витрат. Це входить до складу функцій процесу управління витратами.

Існують наступні концепції управління витратами: концепція ланцюжка цінностей М. Портера (врахування усіх механізмів, що приводять до витрат, по усьому ланцюжку цінностей в рамках набору сфер діяльності підприємства), концепція транзакційних витрат, концепція АВС (економічний розрахунок реальної собівартості товарів, робіт, послуг), концепції стратегічного позиціонування (до блоку обліку та аналізу витрат буде додаватися докладна інформація про витрати).

Звичайно, рекомендації із удосконалення системи витрат підприємства неможливо надати не знаючи особливості функціонування підприємства та не враховуючи їх. Але залучення теоретичних знань з цього питання, та використання якоїсь з перелічених вище концепцій з управління витратами було б доречним та корисним підприємствам будь-якого розміру, галузі та роду діяльності.

Література:

1. База знань Allbest [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://knowledge.allbest.ru/management/2c0a65625b3bd68b5c43b89521306c27_0.html
2. Матеріал з Вікіпедії — вільної енциклопедії [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Витрати>

д.е.н., проф. Забарна Е.М., Прутян С.Б.

Маркетингове середовище підприємств побутової хімії

Індустрія товарів побутової хімії та засобів гігієни почала розвиватися в Україні наприкінці 1990-х років. З 2000 року серед замовників вітчизняних виробників крім українських і закордонних клієнтів почали з'являтися і торгові мережі, які прагнуть розробляти власні торгові марки. Основними тенденціями, що визначають перспективи розвитку ринку є зростання доходів населення та розвиток