УДК 519.2

Д.Ю. КРАМСЬКОЙ, канд. економ. наук, доц. НТУ «ХПІ»;
В.Д. ВАШКІС, студент, НТУ «ХПІ»;
О.А. МАТЯЖ, студент, НТУ «ХПІ»

ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНИХ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ТА ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ НА ЕТАПАХ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ПРОДУКЦІЇ

У дослідженні було виявлено проблему неякісного управління витратами, через не раціональне використання методів управління витратами.В наслідок цього нами було запропоновано застосування методів «стандарт-костинг», «директ-костинг», «кайзен-костинг», «таргет-костинг» та «абсорбшен-костинг» в залежності від етапів життєвого циклу продукції, що дозволить більш ефективно використовувати потужності та ресурси підприємства.

Ключові слова: методи управління витратами, результат, підприємство, життєвий цикл.

Вступ:В сучасних умовах господарювання за для підвищення своєї конкурентоспроможності підприємства різних галузей повинні одночасно покращувати якість продукції, організацію, технологію виробництва та ін. Особливо актуальними постають проблеми зниження витрат підприємства, оскільки витрати безпосередньо впливають на процес ціноутворення.[3]

Останні дослідження цієї проблеми знайшио відображення в роботах вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів: В.Є. Реутова [1], С.А. Савченко [4], М. Портера [9], В.М. Панасюка [8], Т.П.Карпової [5], М.Г. Миронова [3] та ін.

Метою дослідження є теоретичне обгрунтування сучасних методів управління витратами та необхідність їх застосування для ефективної роботи підприємства.

В якості інструменту для пошуку резервів зниження витрат підприємства доцільно розглянути сучасні методи управління витратами.[1]

Використання окремих методів управління витратами при прийнятті управлінських рішень дозволяє забезпечити конкурентоспроможність продукції підприємства за рахунок більш низьких витрат та цін. Методи управління витратами також дозволяють отримати необхідну інформацію про витрати на основі якої здійснюється пошук і виявлення факторів економії ресурсів. [2]

Найбільш поширеними в сучасних умовах є такі методи управління витратами: «стандарт-костинг», «директ-костинг», «кайзен-костинг», «таргет-костинг» та «абсорбшен-костинг», їх загальна характеристика, а також переваги та недоліки над іншими методами управління витратами представлені в табл. 1.[5]

© Д.Ю. Крамської, В.Д. Вашкіс, О.А. Матяж, 2015

Таблиця 1 - Загальна характеристика методів управління витратами

Метод управл. витратами	Загальна характеристика	Переваги	Недоліки
«стандарт-костинг»	Метод базується на попередньому встановлені норм витрат на одиницю продукції. Виявляються фактичні відхилення від базових показників, які фіксуються на спеціальних рахунках та в кінці періоду списуються на фін.результати. Проводиться аналіз відхилень, та приймаються рішення щодо корегування встановлених норм.	- дає можливість детально та своєчасно виявити відхилення для кожного центру відповідальності; -встановлює бажані результати (у вигляді нормативів); -дозволяє оцінити результати роботи окремих підрозділів тапідприємства в цілому; - здійснює попередній розрахунок очікуваних витрат на виробництво	- труднощі під час складання норм згідно з технологічною картою виробництва; - не на всі виробничі витрати можна встановлювати норми, щопослаблює контроль за ними на місцях.
«директ-костинг»	Сутність методу полягає в тому, що при визначенні собівартості продукції враховуються тільки змінні витрати, тобто лише вони розподі-ляються за носі-ями витрат. Постійні витрати збираються на окремому рахунку і списуються на фінансові результати, тобто їх враховують при розрахунку прибутків і збутків за звітній період.	- застосування мето-ду дозволяє вирішувати страт. задачі керування підприємством (виявити залежність витрат від обсягу виробництва чи завантаження ВП тощо); - виявити вироби з висо-ким показником рентабе-льності; - спрощує нормування, планування, облік і контроль собівартості продукції.	-виникають труднощі при поділі витрат на постійні та змінні; -треба встановлювати таку ціну, яка б покривала усі витрати, як постійні так і змінні.
«кайзен-костинг»	Сутність методу полягає в тому, що кожного місяця встановлюються та застосовуються цільові показники	- дозволяє організовано і цілеспрямовано здійснювати політику зниження собівартості;	-постійнесистематичне зниження витрат може призвести до
	зниження витрат, тобто з кожним наступним періодом поступово знижується собівартість продукції. Покращення здійснюються без значних витрат на їх реалізацію.	- дозволяє довести витрати до необхідного рівня; - дозволяє оцінити результати діяльності підприємства.	погіршення якісних характеристик продукції і зниження її конкурентоспроможності
«таргет-костинг»	Сутність методу полягає в тому, що на підставі відомої ринкової ціни реалізації продукції на ринку і бажаної ціни прибутку встановлюється цільова собівартість, на досягнення якої спрямовують зусилля всіх служб підприємства, передусім технічних	- встановлення межі цільової собівартості вимагає пошуку більш дешевих матеріалів і технології; - дозволяє проектувати та виробляти продукцію, яка буде відповідати запитам споживачів, тим саме дозволить мінімізувати можливі збитки.	- якщо цільова собівартість та запланований розмір прибутку не будуть досягнутими, тоді відбувається перепроектування продукції, що призведе до додаткових витрат.
«абзорбше-костинг»	Згідно з цим методом до собівартість продукції включаються всі виробничі витрати, незалежно від того чи є вони постійними чи змінними, тобто здійснюється повний розподіл витрат.	- метод дозволяє встановити повну собівартість готової продукції, тим самим покрити всі витрати на його виробництво; - дає відповідь на питання, скільки коштує вироблений продукт.	- послаблюється контроль засобів-ртістю продукції; -розподіл накладних витрат не може бути точним за будь-якого способу розподілу.

В залежності від бажаного результату та встановлених цілей підприємство самостійно обирає який метод управління витратами йому використовувати. Але для об'єктивної оцінки вартості продукції нами було запропоновано враховувати витрати на всіх етапах життєвого циклу.Такі методи управління витратами як «стандарт-костинг», «таргет-костинг» та «кайзен-костинг» спрямовані на управління витратами та результатами діяльності підприємства на різних етапах життєвого циклу продукції. [10]

Життєвий цикл продукції представляє собою період від початку проектування та розробки продукції до виведення її з ринку та утилізації. Цей період можна розділити на три етапи: етап проектно-конструкторських розробок, етап виробництва та етап експлуатації.[8]

На етапі проектно-конструкторських розробок досліджуються та визначаються потреби ринку, ведеться проектування нової продукції, прогнозуються витрати майбутнього продукту та, взагалі, приймається рішення, щодо продовження розробки продукції чи відмови від неї.

На етапі виробництва здійснюється безпосередньо процес виробництва розробленої продукції. На цьому етапі важливо дотримуватись заданих норм та нормативів, відслідковувати фактичні відхилення та враховувати їх.[9]

На етапі експлуатації продукції підприємства споживач порівнює якість, надійність, економічність та інші показники конкурентоспроможності зі встановленими стандартами.[7]

В таблиці 2 пропонуємо методи управління витратами, які використовуються на різних етапах життєвого циклу продукції та охарактеризовані особливості використання вибраного методу в залежності від етапу ЖЦ продукції.

Таблиця 2 - Методи управління витратами в залежності від етапу ЖЦ продукції

Етап життєвого циклупродукції	Методи управління витратами	Характерні особливості методу на етапі ЖЦ продукції
Етап проектно-конструкторських розробок	«Таргет-костинг»- метод цільового калькулювання	Використання «таргет-костингу» саме на цьому етапі ЖЦ продукції дозволить оптимально спроектувати витрати майбутньої продукції, щоб досягти цільової вартості та мінімізувати можливі збитки. Таким чином, підприємство виводить на ринок конкурентоспроможну продукцію, яка не тільки покриває витрати виробництва, а й дозволяє отримати запланований розмір прибутку. Переваги цього підходу полягають в тому, що на етапі проектно-конструкторських розробок існує більш можливостей проявити технологічну гнучкість щоб вплинути на витрати або на проект продукції. Використання «таргет-костингу» саме на етапі проектно-конструкторських розробок
		дозволяє прийняти правильне рішення про впровадження

		продукції у виробництво. Якщо неможливо досягти цільової вартості нової продукції не погіршивши її якості, то приймається рішення про відхилення виробництва цієї продукції.
Етап виробництва	«Стандарт-костинг» «Кайзен-костинг»	Коли вже розроблена продукція впроваджена у виробництво необхідно постійно контролювати витрати, шляхом порівняння фактичних результатів з цільовими. Також для забезпечення конкурентоспроможності продукції ведеться постійний пошук резервів та напрямів зниження витрат. Використання «стандарт-костингу» на етапі виробництва забезпечить виявлення відхилень від установлених стандартів витрат та дозволить скоригувати планові нормативи з урахуванням виявлених відхилень.
		Використання «кайзен-костингу» на етапі виробництва забезпечить необхідний рівень собівартості продукції та пошук можливих напрямів зниження витрат до цільового рівня, який постійно корегується в сторону зниження.
Етап експлуатації	«Стандарт-костинг»	Використання «стандарт-костингу» на етапі експлуатації дозволить контролювати нефінансові показники продукції (рівень якості, срок експлуатації та ін), шляхом виявлення фактичних відхилень в процесі експлуатації з плановими показниками.

Таким чином, комплексне використання методів управління витратами на окремих етапах життєвого циклу продукції дозволить більш якісно контролювати рівеньвитрат та забезпечити їх стійку позитивну динаміку. [5]

Висновок: В процесі дослідження нами було запропоновано використовувати методи контролю над витратами в залежності від етапів життєвого циклу продукції. Це дозволить якісно та раціонально розподіляти витрати на кожному етапі життєвого циклу продукції за допомогою різних методів, найбільш доцільних для певних етапів.

Список літератури: **1**. *Алещинина Н.В*. Анализ подходов по обеспечениюконкурентоспособностипредприятий // Наукові праці донецького університету . – 2002. – №53. – С.201-209. **2.***Баумагартен А.В.* Анализметодовопределенияконкурентоспособностиорганізации и продукции // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. – №4. – С. 53-55. **3.***Бойчик І.М., Харів П.С., Хопчан М.І., Піча Ю.В*. Економіка підприємства: Навч. посібник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів 1 – 4 рівнів акредитації. Друге видання, виправлене і доповнене. – К.: «Каравела»; Львів: «Новий світ – 2000», 2001. – 298 с. **4.***Бондар Н. М.* Економіка підприємства. – К.: А.С.К., 2004. – 400 с. **5.***Бондар І. Ю., Пахомов В. І*. Управління витратами виробництва та собівартістю продукції. – К., 2000. – 64 с. **6.***Борисенко А.С.* Методысокращения затрат предприятия //Бизнес. – 2009 г. - №10. – С.49-52. **7.***Великий Ю.М., Прохорова В.В., сабліна Н.В.* Управління витратами підприємства: Монографая. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2009. – 192.**8**.*Вігуржинська С.Ю.* Економіка підприємства: конспект лекцій. – Одеса: Одеська державна академія холоду, 2004. – 486 с.**9.**Вибір і обгрунтування методів управління затратами підприємства: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.01 [Електронний ресурс] / *Ю.С. Погорелов*; НАН України. Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2006. – 19 с. **10.***Гаркавенко С.С. Маркетинг.* Підручник. – 6-те вид. – К.:Лібра, 2008. – 720 с.

Bibliography (transliterated): 1. Aleschynyna NV *AnalysisProvisionapproachestocompetitivenessofenterprises // ScientificpapersofDonetskNationalUniversity*. - 2002. - No 53. – P.201-209. **2.**Baumaharten AV *Analysismethodsfordeterminingcompetitivenessandproductionorhanizatsyy // MarketinginRussiaandabroad.* - 2005. - No 4. - P. 53-55. **3**.Boychyk IM, Khariv PS Hopchan MI, Picha Y. BusinessEconomics: *Training. manualforstudentsofeconomicspecialtiesofhighereducation 1 - 4 accreditation. Secondedition, revisedandenlarged*. - Kiev: "Caravel"; Lviv: "NewWorld - 2000", 2001. - 298 p. **4**.Bondar NM *BusinessEconomics.* - Kiev: A.S.K., 2004. - 400 p. **5.**Bondar I., V. *Pakhomovmanagementcostofproductionandcostofproduction.* - Kiev:, 2000. - 64 p. **6.**Borysenko AS *MethodsofReducingenterprisecosts // Business.* - 2009. - No 10. – P.49-52. **7.**Velykyy YM, V. Prokhorov, *Sablina NV Costmanagementcompany: Monohrafaya*. - Kharkov: WA "INZHEK", 2009. - 192.**8.***Vihurzhynska SY BusinessEconomics: lecturenotes.* - Odessa: *OdessaStateAcademyofRefrigeration,* 2004. - 486 p. **9.***Vybir justificationandcostmanagementcompany*: Author. Thesis ... candidate. Econ. Sciences: 08.06.01 [electronicresource] / JS Pogorelov; NationalAcademyofSciencesofUkraine. InstituteofEconomicsprom-sti. - Donetsk, 2006. - 19 p. **10.**Harkavenko S.S. *Marketing. Tutorial*. - 6th ed. - Kiev: Libra, 2008. - 720 p.

Надійшла (received) 06.03.2015

УДК 330.341

В.В. АЛЕКСАНДРОВ, асистент, НТУ «ХПІ»;
Д.А. ЦЮПКА, студент, НТУ «ХПІ»;

ВИЗНАЧЕННЯ ПРІОРИТЕТНИХ НАПРЯМКІВ ЗАЛУЧЕННЯ ІННОВАЦІЙ У ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Інноваційна діяльність, та інновації зокрема, грають надзвичайно важливу роль у підвищенні ефективності діяльності підприємства. У наш час, підприємствам надзвичайно важливо мати здатність удосконалювати свою продукцію, щоб відповідати вимогам та стандартам світового ринку. У даній статті розглянуті поняття інновацій та інноваційної діяльності, а також їх вплив на розвиток підприємства.

Ключові слова: інновації, ефективність, підприємство, конкурентоспроможність,прибуток

Вступ

Проблема ефективності виробництва завжди посідала важливе місце серед актуальних проблем економічної науки. Зацікавленість нею виникає на різних рівнях управління економікою — від власників приватного підприємства до керівників держави. Сучасний етап розвитку ринкових відносин в Україні вимагає від вітчизняних підприємств активних дій з підвищення ефективності їх функціонування. З початку розвитку економічної науки проблема ефективного функціонування підприємств вийшла на перший план і залишається актуальною й сьогодні. Ключову роль у підвищенні ефективності діяльності підприємства повинна відігравати інноваційна діяльність. Необхідно формувати інноваційний механізм

© В.В. Александров, Д.А. Цюпка, 2015