

# ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ

**Т. В. Рибачук-Ярова, доцент**

**Національний університет харчових технологій**

**Анотація:** Розглянуті основні підходи управління витратами. Відзначена необхідність використання сучасних методів управління витратами

**Аннотация:** Рассмотрены основные подходы управления затратами на предприятии. Отмечена необходимость широкого использования современных методов управления затратами.

**Abstract:** The main approaches to cost management in the enterprise are considered. The need for widespread use of modern methods of cost management was noted.

**Ключові слова:** управління витратами, системи, «директ-костінг», «таргет-костінг»

**Ключевые слова:** управление затратами, системы, «директ-костинг», «таргет-костинг»

**Key words:** cost management, systems, "direct-costing", "target-costing"

Управління витратами в ринкових умовах набуває першочергового значення. У зв'язку зі значними змінами, що відбуваються в технологіях виробництва має місце трансформація підходів до управління витратами.

У системі управління діяльністю підприємств харчової промисловості найбільш складним елементом є управління витратами, який слід розглядати як безперервний процес направлений на досягнення високого економічного результату діяльності підприємства. Він не зводиться лише до зниження витрат, а розповсюджується на всі елементи управління. У цих умовах з'являється об'єктивна необхідність підвищення ролі управління витратами, розроблення та

впровадження ефективних систем управління, які забезпечують раціональне використання ресурсів. Адміністративно-командна система управління виробництвом не дозволяла вирішувати цю проблему в повному обсязі [1].

Дослідження даної проблеми потребує необхідності систематизації існуючих підходів в управлінні витратами, виокремлюючи найбільш важливі з них до застосування на підприємстві (табл. 1).

*Таблиця 1*

**Основні підходи управління витратами на підприємстві**

| Підходи                                      | Напрями   |
|--|---|
| Методи контролю витрат                       | Стандарт-кост (Standard-costing)<br>(Метод нормативного обліку витрат )   |
| Методи зниження витрат                       | Поопераційний (попроцесний ) облік витрат (Activity-based costing);<br>Процесно орієнтоване управління витратами ((Activity-based management);<br>Метод порівняння ключових показників і процесів з найкращою практикою (Benchmarking);<br>Реінжинірінг Business process re-engineering);<br>Метод калькулювання цільової собівартості (Target-costing);<br>Метод безперервного удосконалення (Kaizen-costing); |
| Концепція стратегічного управління витратами | Аналіз ланцюга цінностей (Value chain analysis);<br>Стратегічне позиціонування ((Strategic positioning analysis);<br>Аналіз витрато утворюючих факторів (Cost driver analysis)  |

Слід відмітити, що на даний час на фоні наявної зацікавленості підприємств до впровадження нових систем та методів управління витратами існує ряд проблем теоретико-методологічного характеру, наявність яких можна пояснити відсутністю належної уваги до аналізу зовнішнього середовища бізнесу при структуризації процесів управління виробництвом, труднощами при виборі методів управління витратами, відсутністю критеріїв оцінки

ефективності управління витратами. Сучасні системи управління витратами повинні сприяти своєчасному відображенню фактичних витрат на виробництво продукції за відповідними статтями, надання інформації для здійснення оперативного контролю над виробництвом продукції, виявлення резервів зниження собівартості і попередження виробничих витрат та втрат. Все це визначає перспективні напрями розвитку теорії і практики управління витратами виробництва і викликає необхідність застосування нових інноваційних методів управління витратами.

Останніми роками вітчизняні промислові підприємства почали використовувати крім існуючих класичних методів управління витратами такі як «директ-костінг» та «стандарт-костінг». Але всі вони направлені на оперативний рівень управління, в той час як основа конкурентоспроможності нової продукції повинна ґрунтуватися на стратегічному рівні шляхом визначення цільової собівартості та можливості виведення на ринок нової продукції з мінімальними втратами. У зв'язку з цим доцільне вивчення і впровадження нових методологій обліку витрат і калькулювання собівартості нових (інноваційних) продуктів шляхом використання системи «таргет-костінг». Розроблена в Японії в 60-х роках система вже багато років використовується на промислових підприємствах інноваційних галузей, де постійно розроблюються нові моделі та нові види продукції. «Таргет-костінг» впроваджено на 80% крупних японських корпорацій (Toyota, Nissan, Sony, Cannon та інші), на великій кількості відомих американських та європейських компаній (Chrysler, Procter & Gamble, Automotive та інші), які досягають високої якості та рентабельності своєї продукції. Крім підприємств, що виробляють інноваційну продукцію, цю систему все більше почали використовувати в сфері обслуговування та надання послуг, в тому числі на неприбуткових підприємствах.

Система «таргет-костінг» передбачає розрахунок цільової собівартості виробу виходячи з попередньо встановленої ціни реалізації. Тобто традиційна відома формула ціноутворення (собівартість плюс прибуток) трансформована

так, що в основу покладено собівартість продукту, яка визначається як різниця між ціною та прибутком. Ціна визначається маркетинговими дослідженнями і являє собою очікуємо ринкову вартість продукту чи послуги.

На підставі проведених розрахунків всі учасники виробничого процесу від менеджерів до простих виконавців працюють над проектуванням та виготовленням виробу, собівартість якого вже визначена.

Інженерна розробка продукту, що використовує дану концепцію перетворюється наступним чином: цільова собівартість → проектування → собівартість.

Даний підхід має наступні переваги:

– менеджери, намагаючись максимально наблизити собівартість до цільової, часто знаходять не стандартні рішення в ситуаціях, що вимагають інноваційного мислення;

– виникає необхідність постійного дотримання цільової собівартості, що зупиняє розробників продукту використовувати дорогу сировину, матеріали, комплектуючі, технології, оскільки це неминуче призведе лише до нового перепроєктуванню продукту.

Таким чином, весь виробничий процес, починаючи з задумки нового виробу набуває інноваційного характеру, не виходячи за межі попередньо обумовлених витратних обмежень.

### **Список використаних джерел**

1 Череп А.В. Управління витратами суб'єктів господарювання. Ч.1. Монографія / А.В.Череп. – 2 вид. –Х.: ВД «ІНЖЕК», 2007. – 368 с.